

**PENGUNAAN INTERNET SEBAGAI *PUBLIC SPHERE*
DALAM DEMOKRASI DELIBERATIF
(Analisis Penggunaan *Hashtag* terkait Isu Politik Menjelang Pilpres 2019)**



Disusun oleh :

**HATMI PRAWITA ACHSA
NIM : 201520270211027**

**DIREKTORAT PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
Oktober 2018**

**PENGUNAAN INTERNET SEBAGAI *PUBLIC SPHERE*
DALAM DEMOKRASI DELIBERATIF
(Analisis Penggunaan *Hashtag* terkait Isu Politik Menjelang Pilpres 2019)**

TESIS

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Derajat Gelar S-2
Program Studi Magister Sosiologi**



Disusun oleh :

**HATMI PRAWITA ACHSA
NIM : 201520270211027**

**DIREKTORAT PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
Oktober 2018**

**PENGUNAAN INTERNET SEBAGAI *PUBLIC SPHERE*
DALAM DEMOKRASI DELIBERATIF**
(Analisis Penggunaan *Hashtag* terkait Isu Politik Menjelang Pilpres 2019)

HATMI PRAWITA ACHSA
201520270211027

Telah disetujui
Pada hari/tanggal, Sabtu/ 27 Oktober 2018

Pembimbing Utama



Dr. Muslimin Machmud

Pembimbing Pendamping



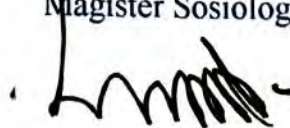
Dr. Rinikso Kartono

Direktur
Program Pascasarjana



Akhsanu Dinn, Ph.D

Ketua Program Studi
Magister Sosiologi



Prof. Ishomuddin

TESIS

HATMI PRAWITA ACHSA
201520270211027

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada hari/tanggal, Sabtu/ 27 Oktober 2018
dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan
memperoleh gelar Magister/Profesi di Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Malang

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua / Penguji : Dr. Muslimin Machmud

Sekretaris / Penguji : Dr. Rinikso Kartono

Penguji : Prof. Ishomuddin

Penguji : Dr. Wahyudi

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **HATMI PRAWITA ACHSA**

NIM : **201520270211027**

Program Studi : **Magister Sosiologi**

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. TESIS dengan judul : **PENGUNAAN INTERNET SEBAGAI *PUBLIC SPHERE* DALAM DEMOKRASI DELIBERATIF (Analisis Penggunaan *Hashtag* terkait Isu Politik Menjelang Pilpres Periode 2019)** Adalah karya saya dan dalam naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dalam daftar pustaka.
2. Apabila ternyata dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia Tesis ini **DIGUGURKAN** dan **GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tesis ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan **HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF**.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 08 November 2018

atakan,



HATMI PRAWITA ACHSA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis dengan judul “Penggunaan Internet Sebagai *Public Sphere* Dalam Demokrasi Deliberatif (Analisis Penggunaan *Hashtag* terkait Isu Politik Menjelang Pilpres 2019)” dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tersusunnya tesis dalam penelitian ini tidak berarti mutlak hasil pemikiran penulis sendiri, tapi terdapat peran serta dari berbagai pihak dalam membantu penyusunan tesis penelitian ini. Maka sewajarnya dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ishomuddin, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Sosiologi dan dosen penguji yang telah memberikan masukan dalam penyempurnaan tesis ini,
2. Dr. Muslimin Machmud, M.Si selaku dosen pembimbing utama yang selalu membimbing penulis, bijaksana dalam memberikan arahan dan masukan, serta memberikan kemudahan dalam setiap prosesnya mulai dari penyusunan proposal hingga penyelesaian tesis ini,
3. Dr. Rinikso Kartono, M.Si selaku dosen pembimbing pendamping yang memberikan masukan dan kemudahan ketika penulis mengalami kesulitan dalam penyelesaian tesis ini,
4. Dr. Tri Sulistyaningsih, M.Si dan Dr. Wahyudi, M.Si selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk hadir dalam ujian tesis peneliti dan memberikan masukan dalam penyempurnaan tesis ini,
5. Kepada seluruh Dosen Program Studi Magister Sosiologi yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang luas selama perkuliahan,
6. Bapak Achmad Sya’dullah dan Ibu Widiastutik selaku orang tua yang selalu memberikan cinta kasih, senantiasa berdoa untuk kesuksesan dan keberhasilan, tidak pernah lelah memberikan motivasi, serta dukungan baik secara materiil maupun moril kepada penulis,
7. Hasbiyan Widi Achsa, adik kecilku yang sudah tidak kecil lagi, terima kasih telah membantu melancarkan dalam proses penyelesaian tesis ini, mohon maaf terlalu banyak merepotkanmu,
8. Akun – akun twitter yang terpilih dan menjadi bahan penelitian untuk menyusun dan menyelesaikan tesis ini,
9. Member Sekte Sosiologi, Kak Lenny, Kak Irma, Arum, Hodai, Kang Her, Pak We, Akbar, Bang Yonas, teman seperjuangan untuk mendapatkan gelar M.Si, terima kasih atas kekonyolan, kebersamaan, dan kekompakan yang tak pernah terlupakan,
10. Nuariefia Setia Sari dan Yunita Setia Kurniawati, terima kasih atas bantuan dan dukungannya kepada penulis, serta bersedia menemani detik – detik menuju ujian sidang tesis ini,

11. Semua pihak yang turut memberikan dukungan dan bantuan yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis pun mengetahui kekurangan pada penulisan tesis ini. Penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan tesis ini. Atas perhatian pembaca, penulis sampaikan terima kasih.

Malang, November 2018

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR GRAFIK.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
PENDAHULUAN	1
Rumusan Masalah.....	3
Tujuan Penelitian	3
Manfaat Penelitian	3
TINJAUAN PUSTAKA	4
Konsep Demokrasi Deliberatif Habermas.....	4
Ruang Publik Habermas (<i>Public Sphere</i>).....	5
Partisipasi dan Demokrasi Deliberatif dalam Ruang Publik <i>Virtual</i>	6
Media Baru (<i>New Media</i>) dan Karakteristik <i>Twitter</i>	7
Penelitian Terdahulu	8
METODE PENELITIAN	11
Paradigma Sosiologi.....	11
Pendekatan Penelitian	11
Tipe Penelitian	11
Ruang Lingkup Penelitian	12
Unit Analisis Penelitian.....	13
Teknik Pengumpulan Data	13
Teknik Analisis Data.....	14

Teknik Keabsahan Data.....	15
PEMBAHASAN	16
Penggunaan Internet Sebagai <i>Public Sphere</i> dalam Demokrasi Deliberatif	16
Internet sebagai Sarana Menyalurkan Ide dan Gagasan dalam Demokrasi Deliberatif.....	16
Internet sebagai Arena Perdebatan Politik dalam Demokrasi Deliberatif.....	21
Perdebatan Politik Menimbulkan Kekerasan dalam Demokrasi Deliberatif....	27
Internet sebagai <i>Public Sphere</i> yang Melahirkan Demokrasi Kopdar	30
Internet Mendorong Terbentuknya Integrasi dan Disintegrasi <i>Virtual</i>	32
PENUTUP	35
Kesimpulan.....	35
Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2. Karakteristik Ruang Publik <i>Virtual</i>	19



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Posting tweet @MardaniAliSera</i>	16
Gambar 2. <i>Posting tweet akun @RajaPurwa</i>	18
Gambar 3. <i>Posting tweet akun @rockygerung</i>	19
Gambar 4. <i>Posting tweet dari akun twitter Mas Piyu (@maspiyuuu)</i>	20
Gambar 5. <i>Trending topic twitter di Indonesia #2019PresidenBaru</i>	21
Gambar 6. <i>Posting tweet akun @msi_sohibuliman</i>	23
Gambar 7. Peta <i>hashtag #2019GantiPresiden vs #Jokowi2Periode</i> (Sumber: Drone Emprit)	24
Gambar 8. <i>Social Network Analysis (SNA) cluster pro #Jokowi2Periode dan</i> <i>thread tweet yang dibagikan akun @PartaiSocmed</i>	24
Gambar 9. Akun paling banyak mendapat respon dan berita paling banyak dibagi....	25
Gambar 10. <i>Posting tweet Mustofa Nahrawardaya</i>	25
Gambar 11. <i>Posting tweet @sudjiwotedjo menjadi status populer dan most retweet</i> .	26
Gambar 12. <i>Tweet labelisasi terhadap kubu Jokowi dan Oposisi</i>	28
Gambar 13. <i>Posting tweet Tsamara Amany Alatas</i>	29
Gambar 14. <i>Kopi Darat Relawan #2019GantiPresiden VS #2019TetapJokowi</i>	31
Gambar 15. <i>Posting tweet akun @luckysubiakto</i>	33

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Penggunaan <i>hashtag</i> #2019GantiPresiden sejak 29 April 2018 menurut situs <i>spredfast</i>	20
Grafik 2. #Jokowi2Periode vs #2019GantiPresiden (Sumber: Drone Emprit)	22
Grafik 3. Volume <i>hashtag</i> #2019GantiPresiden pasca pidato Jokowi (Sumber: Drone Emprit).....	22
Grafik 4. Tren percakapan #2019TetapJokowi dan #2019GantiPresiden	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Unit Analisis Penelitian	38
--	----



**PENGUNAAN INTERNET SEBAGAI *PUBLIC SPHERE*
DALAM DEMOKRASI DELIBERATIF**
(Analisis Penggunaan *Hashtag* terkait Isu Politik Menjelang Pilpres 2019)

Hatmi Prawita Achsa

201520270211027

Magister Sosiologi

Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang

moccamine@gmail.com

Abstrak

Demokrasi deliberatif terperangkap dalam era digitalisasi, kecanggihan teknologi komunikasi membuat interaksi sosial “menguap ke udara”. Pandangan pesimis kontribusi internet terhadap demokrasi deliberatif pada kenyataannya bertolak belakang dengan kenyataan. Internet sebagai medium yang digunakan untuk diskusi, debat politik, pertukaran ide dan gagasan, sehingga membangun wacana sebagai jawaban terhadap realitas politik. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan internet sebagai *public sphere* dalam demokrasi deliberatif. Teori yang digunakan adalah teori demokrasi deliberatif Habermas. Metode kualitatif dengan tipe penelitian naturalistik untuk pengumpulan data dengan latar/*setting* alamiah tanpa adanya manipulasi objek yang diteliti seperti sebagaimana adanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa internet memberikan kontribusi bagi demokrasi deliberatif di Indonesia berupa terbentuknya ruang publik *virtual* yang bersifat universal, terbuka, dan dapat diakses oleh siapa saja. *Twitter* sebagai ruang publik *virtual* menjadi sebuah trend tersendiri dalam menghadirkan suasana politik dan arena kontestasi politik ketika menjelang pemilu pergantian Presiden. Dalam konteks politik, internet memberdayakan rakyat akar rumput (*grass root*) untuk menyuarakan pendapatnya dan sikap politiknya sendiri.

Kata Kunci: Internet, Public Sphere, Demokrasi Deliberatif

**THE USAGE OF THE INTERNET AS A PUBLIC SPHERE
IN DELIBERATIVE DEMOCRACY**

*(Analysis of the usage of Hashtag related to political issues ahead of
the presidential election 2019)*

Hatmi Prawita Achsa
201520270211027

Magister Sosiologi
Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Malang
moccamine@gmail.com

Abstract

Deliberative democracy caught up in the era of digitalization, the sophistication of communications technology makes social interaction "evaporates into the air". Pessimistic view of internet contribution towards deliberative democracy is in fact contrary to reality. The Internet as a medium used for discussion, debate and exchange of ideas, political ideas, thus creating a discourse in response to political reality. This research aims to describe the use of the internet as a public sphere in deliberative democracy. The theory that used in this research is deliberative democracy theory of Habermas. The qualitative method with the type of naturalistic studies for data collection with background/natural setting without any manipulation of the object examined such as it is. The results of the research showed that the internet contribute to deliberative democracy in Indonesia in the form of the formation of the virtual public space that is universal, open, and accessible to anyone. Twitter as the virtual public space becomes a trend unto itself in the political atmosphere and political contest when towards the turn of the election of the President. In the political context, the internet empowers grassroots people's to voice his opinion and its own political stance.

Keywords : Internet, Public Sphere, Deliberative Democracy

PENDAHULUAN

Penelitian ini hendak mengupas bagaimana penggunaan internet sebagai *public sphere* dalam demokrasi deliberatif. Pilihan atas demokrasi deliberatif mensyaratkan terjaminnya kebebasan berbicara, kebebasan berekspresi, dan kebebasan pers. Menurut Habermas, sebuah negara disebut demokratis jika menyediakan sebuah ruang publik yang “netral” bagi setiap warga negara untuk menyampaikan pendapatnya, gagasannya, bahkan mengkritik kekuasaan (Habermas, 2000). Salah satu bentuk partisipasi warga yang paling sederhana adalah mengungkapkan pendapat melalui media *online*. Maka, media *online* yang memberi ruang partisipasi warga di dalam ruang publik *virtual* tersebut merupakan langkah yang tepat untuk mewujudkan konsep diskusi publik dan penyaluran opini yang dibangun oleh publik.

Sebuah konsep yang sekarang menjadi mode, yaitu demokrasi deliberatif. Istilah ini tampak baru, namun bila direnungkan isinya, masyarakat kita telah memilikinya. Deliberatif yang berasal dari kata *deliberation* atau *deliberatio* dalam Bahasa Latin yang berarti musyawarah, omong – omong, berunding, memberikan nasihat satu sama lain, berbincang – bincang, dan menimbang – nimbang.

Istilah demokrasi deliberatif mulai populer di awal era 1980-an (Bessette, 1980). Para pendukung model ini dengan sengaja menggunakan terminologi *deliberative* untuk menegaskan sebuah pendekatan politik yang berbeda dalam memahami demokrasi. Perbedaan tersebut berkaitan erat dengan upaya meningkatkan kualitas praktik demokrasi yang ada selama ini dengan memperbaiki karakter dan bentuk partisipasi. Bagi para *deliberative democrats*, demokrasi kontemporer sedang mengalami degradasi serius, kian terperangkap dalam konflik kepentingan yang bersifat pribadi, perilaku politik yang lebih mengutamakan penampilan ketimbang substansi, “debat kusir” yang dilakukan secara publik, serta pertarungan kekuasaan demi ambisi dan keuntungan pribadi.

Ketika demokrasi deliberatif terperangkap dalam era digitalisasi, teknologi telah membelah realitas sosial menjadi dua dunia yaitu, dunia nyata dan dunia maya. Kecanggihan teknologi komunikasi membuat interaksi sosial “menguap ke udara”. Komunikasi antara satu orang dan orang lainnya tidak lagi sekedar tatap muka secara nyata, melainkan mencair ke dalam dunia maya melalui internet. Bahkan, internet telah merubah sistem demokrasi dalam suatu negara, termasuk juga di Indonesia.

Pandangan pesimis suatu kontribusi internet terhadap demokrasi deliberatif pada kenyataannya bertolak belakang dengan kenyataan. Internet mampu menghasilkan ruang publik *virtual* yang otonom, terbebas dari kekuasaan konvensional (negara dan pemilik modal). Awal mula maraknya penggunaan internet sebagai media dalam demokrasi deliberatif dimulai dari beberapa tahun silam dengan pencapaian yang mampu dikatakan maksimal. Internet digunakan *netizen* untuk mendukung kasus Bibit – Chandra dalam isu kriminalisasi KPK dan digunakan menolak klaim Malaysia atas budaya Indonesia. Internet mampu menghubungkan *netizen* yang secara geografis terpisah (O’Brien dkk, 2000) dan “bertemu” tanpa perlu berada di lokasi geografis yang sama, suatu fenomena yang menurut Wellman (2002) disebut dengan “*glocalisation*”.

Internet merupakan ruang publik *virtual* yang terbuka, dihuni oleh siapa saja, lintas gender, pendidikan, usia, daerah, etnis, suku, golongan, kelompok, Ruang publik yang merangkul orang – orang yang selama ini marjinal dan terpinggirkan. Ruang publik *virtual* berbeda dengan ruang publik tradisional (salon, *café*) yang hanya dapat diakses oleh kelompok tertentu. Internet membuat relasi sosial diantara *netizen* lebih egaliter. Internet menciptakan kultur demokratis dengan mengubah aktor demokrasi yang elitis

dengan mengorganisasikan politik pada “akar rumput” (*grass root*). Ruang publik *virtual* telah mengkondisikan bahwa semua orang potensial menjadi aktor demokrasi.

Penggunaan media baru untuk komunikasi politik yang lebih tren saat ini adalah *e-government*, kampanye melalui internet, komunikasi politik *online* warga, serta relasi horizontal antara warga negara dengan warga negara lain baik dalam bentuk kelompok *virtual* maupun dalam konteks pendidikan politik antarwarga. Ketika menjelang masa pemilu, muncul sejumlah kelompok masyarakat terdidik yang berupaya untuk memperkuat kesadaran politik warga negara melalui diseminasi informasi politik secara *online* yang dalam media baru menjadikan para *netizen* sebagai target. Kemudian, munculnya *cybermass* sebagai sebuah konsep untuk menyebut komunitas di dalam media sosial. Momen pemilihan umum Presiden Indonesia yang berlangsung beberapa waktu yang lalu. Ketika kampanye politik berlangsung, muncul beberapa komunitas di media massa dan media *online*. Perdebatan di dunia maya menjadi media kampanye sekaligus penjarang aspirasi masyarakat. Suara di dunia *online* seolah merepresentasi dukungan sebenarnya kepada calon presiden. Dibalik semua fitur yang bisa dilakukan media massa menyimpan berbagai kekurangan dan dapat menimbulkan konflik seperti isu *black campaign*.

Ruang publik *virtual* memiliki kontribusi yang besar terhadap perkembangan demokrasi di Indonesia. Ruang publik *virtual* mendorong pluralisme politik, membuat keberagaman aktor-aktor yang terlibat dalam proses demokrasi. Internet yang sebelumnya hanya sebatas digunakan oleh Lembaga Swadaya Masyarakat (WALHI, LBH) untuk melakukan konsolidasi politik diantara LSM. Internet —berbasis *web*— digunakan aktivis (wartawan, mahasiswa, intelektual kampus/non kampus, LSM, dan seterusnya) untuk konsolidasi demokrasi dengan menjatuhkan rezim Orde Baru Soeharto. Ruang publik berupa warnet, *Tempo Interaktif*, *Apakabar*, *email* (Yahoo dan Hotmail), *chatting* (MiRC) menjadi media aktivis untuk melancarkan gerakan reformasi tahun 1998. Internet dan warnet menjadi tempat bagi kalangan muda dan aktivis untuk koordinasi aksi sosial dan politik. Internet menjadi alat yang efisien bagi aktivis untuk mengatur gerakan, memobilisasi tindakan, memperluas jaringan. Ferdinand (2000), Thompson (2001), dan Marcus (1998) mengatakan penggulingan Presiden Soeharto tahun 1998 adalah revolusi pertama yang menggunakan internet. Internet “generasi kedua”—berbasis *blog* (*Web 2.0*)—tak hanya sekedar menjadi arena konsolidasi demokrasi, tetapi meningkatkan kualitas demokrasi melalui perluasan aktor yang terlibat dalam proses demokrasi.

Internet bisa dikatakan sebagai medium yang digunakan diskusi atau debat politik, pertukaran ide maupun gagasan, sehingga membangun wacana sebagai jawaban terhadap realitas politik. *Twitter* menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan untuk menyampaikan pendapat dan pertukaran opini. Keluarnya gagasan dan opini yang sama dalam media sosial dapat membangun sebuah wacana. Ide maupun gagasan mengenai peristiwa yang muncul sebagai akibat dari realitas politik yang terjadi. Wacana dan opini disampaikan oleh *netizen* dengan menggunakan tanda tagar atau *hashtag*. *Hashtag* adalah kata tanpa spasi yang diawali dengan simbol #. *Hashtag* merupakan cara kreatif yang dilakukan oleh *netizen twitter* untuk membangun kepedulian secara kolektif mengenai sebuah isu atau persoalan sosial tertentu.

Hashtag atau tagar menjadi alternatif yang cukup efektif untuk menyebar opini dan gagasan di media sosial. Salah satu wacana yang sempat *viral* melalui *hashtag* adalah #ShameOnYouSBY yang muncul sebagai akibat dari disahkannya UU Pilkada Tidak Langsung oleh DPR RI. Dalam pengertian #ShameOnYouSBY dengan tagar yang muncul di situs jejaring sosial *twitter* terkait mengenai kritik masyarakat Indonesia tentang sikap

mantan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) ketika rapat pembahasan UU Pemilihan Kepala Daerah di Indonesia. *Hashtag viral* muncul kembali pada bulan November oleh *netizen*. Presiden Jokowi juga mendapat kritikan dari *netizen* dengan *hashtag* #ShameOnYouJokowi dan #Salamgigitjari pasca kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) bersubsidi yang dipandang oleh *netizen* akan menyengsarakan rakyat.

Dalam ruang publik *virtual*, setiap orang bebas masuk dan turut berbicara tanpa ada tekanan koersif yang mengarah pada kesepakatan pragmatis. Ruang publik *virtual* menjadi arena pengakuan kembali atas kemanusiaan seseorang, yaitu dihargai setiap masing – masing pendapatnya. *Netizen* berpartisipasi dalam memberikan makna dalam bentuk penolakan, dukungan, maupun kritik. Habermas (2007:12), menyatakan bahwa di era masyarakat yang semakin menipis untuk bertemu secara tatap muka ini, keterlibatan entitas dalam diskusi publik lebih terwakili melalui teks atau *image* di internet.

Ruang publik *virtual* adaptif terhadap demokrasi deliberatif dengan memberikan kemudahan pada *netizen* untuk melakukan deliberasi *online*. Praktek deliberasi *online*, seperti yang dikemukakan Street & Wright (2007) dan Hill & Hughes (1998) merupakan jantung demokrasi. Prasyarat budaya demokrasi adalah adanya interaksi antara warga yang merupakan inti dari diskursif publik. Diskursif publik memiliki kekuatan karena disuarakan secara kolektif. *Netizen* secara kolektif dan secara langsung berdiskusi tentang topik yang sedang berlangsung, ini merupakan sebuah elemen demokrasi. Setiap warga juga dapat memperdebatkan suatu topik dan memberikan pandangannya, selama mereka memiliki akses ke sebuah ruang publik, pandangan mereka dapat didengar.

Berdasarkan uraian dan *state of the art*, penelitian ini mencoba untuk menawarkan sudut pandang yang berbeda mengenai penyaluran opini dan argumentasi publik dengan konsep demokrasi deliberatif. Terlebih lagi ketika hal tersebut terjadi di dunia *virtual* dalam bentuk ekspresi, interaksi, penolakan, dukungan, dan kritik antar *netizen* di media sosial. Penulis menjadi tertarik untuk mengkaji tentang Penggunaan Internet sebagai *Public Sphere* dalam Demokrasi Deliberatif.

Rumusan Masalah

“Bagaimana penggunaan internet sebagai *public sphere* dalam demokrasi deliberatif melalui *hashtag* terkait isu politik menjelang pilpres 2019?”

Tujuan Penelitian

- Untuk mendeskripsikan mengenai penggunaan internet sebagai *public sphere* dalam demokrasi deliberatif melalui *hashtag* terkait isu politik menjelang pilpres 2019.

Manfaat Penelitian

- a. Bagi peneliti adalah dapat mengetahui dan mendeskripsikan tentang konsepsi Habermas tentang demokrasi deliberatif di *public sphere* serta aktivitas demokrasi deliberatif yang terjadi di ruang publik *virtual*, sehingga dapat memberikan pemahaman mengenai keterkaitan teoritis dengan realitas sosial yang ada.
- b. Bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian dalam bidang yang sama, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif untuk kasus yang akan datang, menambah kekayaan wacana intelektual tentang demokrasi deliberatif menurut Jürgen Habermas secara penuh dengan harapan mampu menjadi inspirasi bagi penulis lain dan regenerasi bangsa Indonesia untuk mewujudkan cita – cita demokrasi negara Indonesia yang masih mencari bentuk ideal demi kemakmuran bangsanya.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Demokrasi Deliberatif Habermas

Teori demokrasi deliberatif tidak memusatkan diri pada penyusunan daftar aturan yang harus dilakukan oleh warga negara, melainkan pada prosedur untuk menghasilkan aturan – aturan itu. Tentu saja demokrasi deliberatif harus memperhatikan proses bagaimana keputusan politik dapat diambil dan konteks dimana keputusan tersebut dihasilkan. Bagi model demokrasi deliberatif adalah jauh lebih penting memastikan dengan cara manakah opini publik (yang bisa jadi merupakan opini mayoritas yang dianggap sah dan *universal*) terbentuk sedemikian rupa sehingga seluruh warga negara dapat mematuhi opini – opini tersebut. Dengan demikian, demokrasi deliberatif mengacu pada prosedur formasi opini dan aspirasi secara demokratis (Hardiman, 2009:128-129).

Habermas menyumbang gagasan penting bagi perkembangan ide demokrasi deliberatif. Ide kedaulatan rakyat menjadi akar dari pemikiran demokrasi deliberatif Habermas. Habermas berusaha menyelaraskan kondisi masyarakat dewasa ini dengan prinsip klasik tentang kedaulatan rakyat yang berbunyi bahwa semua kekuasaan negara berasal dari rakyat. Alhasil, Ia menafsirkan dua unsur kata “demokratis” tidak hanya kekuasaan (*kratos*), melainkan juga rakyat (*demos*) diterjemahkan ke dalam konsep – konsep diskursus. Habermas membayangkan bahwa rakyat tidak terdiri dari manusia – manusia, melainkan terdiri dari komunikasi tanpa subjek. (Hardiman, 2009:102)

Habermas menafsirkan kedaulatan rakyat sebagai prosedur komunikasi. Dalam prosedur komunikasi ini harus dimengerti dalam horizon intersubjektif. Prinsip demokrasi Habermas yang mendasarkan diri pada Kantian bahwa setiap orang seharusnya diperlakukan tidak sebagai sarana, melainkan sebagai tujuan. Guna memastikan bahwa sebuah opini publik mencerminkan kepentingan semua orang dan tidak mengabaikan minoritas, maka Habermas mengajukan model demokrasi deliberatif. Model ini sungguh menekankan pentingnya prosedur komunikatif. Legitimitas bukanlah soal kehendak individual ataupun kehendak umum, melainkan proses formasi deliberatif dan argumentatif – diskursus suatu keputusan politis yang ditimbang bersama – sama yang senantiasa bersifat sementara dan terbuka atas revisi. (Hardiman, 2009:128-130)

Politik deliberatif Habermas tegas didasarkan pada gagasan kedaulatan rakyat. Habermas bersikukuh bahwa sumber dasar legitimasi adalah penilaian kolektif rakyat. Hal ini dapat ditemukan bukan dalam ekspresi dari kehendak populer tanpa mediasi, tapi dalam satu kesatuan disiplin praktis yang didefinisikan oleh deliberatif yang ideal (Gutmann & Thompson, 2004:9). Habermas merasa perlu adanya koreksi dalam melihat sebuah kebaikan bersama sebagai sesuatu yang dapat dicapai dengan diskusi publik, bukan dihasilkan hanya dialog semata. Model demokrasi deliberatif ini dijadikan Habermas sebagai upaya khusus mencapai sebuah kebaikan bersama. Habermas sebenarnya lebih peduli pada orientasi dibanding hasil dari sebuah wacana publik.

Konsistensi Habermas dalam menjelaskan ‘ciri deliberatif’ secara tersirat ditegukannya dalam memandang egalitas, inklusivitas, intersubjektivitas, dan partisipasi. Model demokrasi deliberatif menekankan pada pentingnya prosedur komunikasi untuk meraih legitimasi hukum di dalam sebuah proses pertukaran yang dinamis antara sistem politik dan ruang publik yang dimobilisasi secara kultural. Prosedur komunikasi menjadi kata kunci dalam memaknai demokrasi deliberatif. Hal itu disebabkan proses masyarakat dalam mengambil keputusan jauh lebih penting daripada bentuk keputusan yang dihasilkan. Egalitas, inklusivitas, intersubjektivitas, dan partisipasi kemudian menjadi empat elemen yang memberi acuan dalam menjelaskan demokrasi deliberatif yang dimaksudkan oleh Habermas.

Ruang Publik Habermas (*Public Sphere*)

Term “*public sphere*” atau ruang publik lahir dari karya Jurgen Habermas pada tahun 1989 melalui buku yang berjudul *The Structural Transformation of The Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Dalam karyanya, tujuan politis Habermas adalah mengajukan “*the project of Enlightenment*” (proyek pencerahan) dengan merekonstruksi ruang publik yang demokratis dimana alasan yang mungkin menang adalah bukan alasan instrumental seperti yang halnya dipraktekkan di masa modern, melainkan alasan kritis yang mewakili tradisi demokratis terbaik. Ia mendefinisikan ruang publik “*as a domain of uncoerced conversation oriented toward a pragmatic accord*” (Habermas, 1962, trans. Burger, 1989). Berdasarkan definisi Habermas tersebut, setiap orang bebas masuk dan turut berbicara tanpa ada tekanan koersif yang mengarah pada kesepakatan pragmatis dalam ruang publik.

Ruang publik menjadi bagian terpenting dalam kehidupan demokrasi. Demokrasi dapat berjalan dengan baik jika dalam suatu negara terdapat ruang publik yang setara (egaliter), dimana setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dan menyampaikan idenya (Littlejohn, 2009). Dalam perkembangan demokrasi modern, kesetaraan mencakup seluruh individu warga negara dan tidak terfokus pada kelompok – kelompok kepentingan tertentu. Berbagai macam ide maupun gagasan mendapat porsi yang sama di masyarakat. Menurut Habermas, demokrasi yang memiliki legitimasi tidak semata persoalan legitimasi oleh suara mayoritas. Akan tetapi, lebih kepada adanya proses diskusi melalui pertimbangan dan alasan yang rasional.

Melalui karyanya, Habermas menggambarkan “transformasi dan kehancuran *virtual* rasionalitas ruang publik yang tengah berkembang pada abad ke-19 dan ke-20 di Inggris, Perancis, dan Jerman” (Johnson, 2006: 19). Dalam pandangan Habermas, ruang publik yang berkembang pesat pada masa itu seharusnya mampu mengedepankan proses rasional, tetapi pada kenyataannya justru terjadi pengekangan kebebasan dan dominasi. Inilah yang kemudian disebut sebagai ruang publik borjuis. Ruang publik ini dikuasai oleh sekelompok borjuis yang justru kemudian seolah mengambil alih ruang publik dari negara dan tidak memberikan kesempatan yang sama pada elemen masyarakat lainnya.

Habermas memberikan pandangan ruang publik sebagai sebuah komunitas *virtual* atau imajiner yang tidak selalu ada di setiap ruang. Dalam bentuk yang ideal, ruang publik adalah ruang yang terdiri dari orang swasta berkumpul bersama sebagai publik dan mengartikulasikan kebutuhan masyarakat dengan negara. Melalui tindakan perakitan dan dialog, ruang publik menghasilkan pendapat dan sikap yang berfungsi untuk menegaskan atau tantangan. Oleh karena itu dalam tataran ideal, ruang publik adalah sumber dari opini publik yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam beraspirasi dan berpendapat tanpa tekanan dan perlawanan dari pihak manapun.

Pada perkembangan selanjutnya, ruang publik juga menyangkut ruang yang tidak hanya bersifat fisik, seperti lapangan, warung kopi dan salon, tetapi juga ruang dimana proses komunikasi dapat berlangsung, seperti media baru (internet) di era saat ini. Dalam beraspirasi, masyarakat masih dibatasi dan belum memiliki kebebasan mutlak, karena terbentur dengan ideologi, kepemilikan, dan kepentingan media. Hal ini menjadi pertanda bahwa media massa belum sepenuhnya menjadi ruang publik yang hakiki bagi masyarakat. Kondisi media massa di Indonesia yang belum sepenuhnya berpihak pada kepentingan masyarakat, pada akhirnya mengkerdikan masyarakat dalam menyampaikan aspirasi. Kondisi ini mendorong lahirnya media – media baru yang menawarkan kebebasan bagi penggunaanya, seperti internet dengan berbagai media sosial yang ada.

Partisipasi dan Demokrasi Deliberatif dalam Ruang Publik *Virtual*

Dalam keadaan masyarakat bertemu dan berdebat akan sesuatu secara kritis, maka akan terbentuk apa yang disebut dengan masyarakat madani. Secara sederhana, masyarakat madani bisa dipahami sebagai masyarakat yang berbagi minat, tujuan, dan nilai tanpa paksaan. Media mempunyai peranan yang sangat vital dalam ruang publik. Dalam model demokrasi deliberatif, fungsi media adalah menyalurkan aliran komunikasi publik (Habermas, 1996:307). Habermas mengembangkan teori media sebagai ruang publik dalam media surat kabar, majalah, radio dan televisi. Namun saat ini, konsep tersebut juga dibawa dalam media baru. Jika dalam media massa konvensional ruang publik tidak sepenuhnya bisa digunakan oleh khalayak, karena terdapatnya peran *gatekeeper* dalam media yang menyaring atau mengatur informasi. Namun dalam media baru khususnya media sosial *twitter*, semua orang dapat masuk dan terlibat dalam diskusi tanpa adanya pengaruh dari *gatekeeper*. Pada perkembangan selanjutnya, ruang publik juga menyangkut ruang yang tidak saja bersifat fisik, seperti lapangan, warung kopi dan salon, tetapi juga ruang dimana proses komunikasi bisa berlangsung.

Partisipasi warga dapat memanfaatkan media – media yang ada, terutama dalam penggunaan media sosial. Media *online* sering memberikan ruang melalui kolom komentar untuk kritik dan saran, sedangkan media sosial dapat langsung mempublikasikan informasi melalui *blog* (*wordpress*, *blogspot*), *mikroblog* (*twitter*), *media sosial blog* (*kompasiana*, *ohmy news*, *now public*), situs pertemanan (*facebook*, *friendster*), situs foto *share* (*flickr*, *twitpic*), situs *video share* (*Youtube*). Kekuatan media sosial sebagai kekuatan penyeimbang dominasi media *mainstream* cukup banyak terjadi di berbagai belahan dunia.

Partisipasi masyarakat di ruang publik sebagai suatu ruang komunikasi warga negara untuk ikut mengawasi jalannya pemerintahan disebut juga “ruang publik politis”. Rakyat tidak sekedar menjadi mayoritas yang diam, tapi mampu mengartikulasikan ide dan gagasannya sebagai warga negara (*citizen*). Media sosial berperan penting dalam mentransformasi apatisisme politik menuju warga negara aktif melalui proses deliberatif. Dalam konteks Indonesia, pertumbuhan internet telah memicu munculnya ruang publik baru bagi kelompok – kelompok yang selama ini menggugat kemapanan rezim Soeharto. Internet setidaknya menawarkan ruang alternatif untuk membebaskan diri dari intervensi dan sensor ketat negara. Dalam hal ini, *twitter* dan *facebook* sebagai media sosial paling populer menjadi tantangan bagi siapa saja yang selama ini memonopoli informasi. Bahkan *twitter* sering menjadi sarana bagi pengguna untuk menantang keadaan sosial yang tidak beres, yang harus menjadi perhatian pemerintah. Di Indonesia, penggunaan media baru untuk gerakan sosial semakin banyak, karena media baru dianggap bisa menjadi sebuah alat untuk melakukan perubahan dan demokrasi. Saat ini gerakan sosial juga melalui non-fisik dengan menggunakan media baru khususnya media sosial.

Argumen menyambut “politik baru” yang berlandaskan media baru cukup beragam dan melibatkan perspektif yang berbeda – beda. Pandangan ‘komunitarian’ (*communitarian*) yang mengharapkan keuntungan datang dari partisipasi dan masukan akar rumput (*grass roots*) yang lebih besar dan penguatan komunitas politik lokal. Kemudian terdapat keuntungan yang dirasakan atas demokrasi keterlibatan yang dimungkinkan dengan meningkatkan teknologi untuk interaksi dan pertukaran ide dalam ranah publik. Dalam pandangan Castell (2011:168), jenis komunikasi yang berkembang di internet adalah berhubungan dengan ekspresi bebas dalam semua bentuknya, yakni sumbernya yang terbuka, kebebasan berkomentar, penyiaran yang terdesentralisasi, dan interaksi yang spontan yang menemukan ekspresi mereka dalam internet.

Media Baru (*New Media*) dan Karakteristik *Twitter*

Munculnya media baru dalam perkembangan teknologi komunikasi membawa dampak dalam komunikasi massa. Internet tidak hanya berkaitan dengan produksi dan distribusi pesan, tetapi juga dapat disetarakan dengan pengolahan, pertukaran dan penyimpanan. Dalam hal ini McQuail (2011:153) merumuskan perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru:

1. Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media
2. Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang semakin meningkat
3. Mobilitas dan delokasi yang mengirim dan menerima
4. Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak
5. Munculnya beragam bentuk baru 'pintu' (*gateway*) media
6. Pemisahan dan pengaburan dari lembaga media

Jika dikaitkan dalam tema – tema dalam teori media (lama) seperti kekuasaan dan ketidaksetaraan, kita lebih sulit untuk menghubungkan media baru dengan kepemilikan dan praktik kekuasaan. Terdapat alasan untuk menganggap media baru berkontribusi mengontrol kekuatan dari penguasa pusat, yaitu *Pertama*, melalui pengawasan pengguna. *Kedua*, integrasi sosial dan identitas, media baru dapat memainkan peranan langsung dalam proyek kehidupan individual (bersifat individual), juga menawarkan keberagaman pengguna dan partisipasi yang lebih besar. *Ketiga*, perubahan sosial dan perkembangan, media baru muncul sebagai agen baru dalam perubahan sosial sekaligus perubahan ekonomi terencana, dimana tidak adanya kontrol pesan dari pengirim maupun penerima pesan. *Keempat*, ruang dan waktu, media baru mengaburkan batas antara ruang dan waktu.

McQuail (2011) memberikan karakteristik untuk membedakan media lama dengan media baru dari perspektif pengguna sebagai individu:

1. Interaktivitas (*interactivity*). Sebagaimana ditunjukkan oleh rasio respons atau inisiatif dari sudut pandang pengguna terhadap pengirim pesan.
2. Kehadiran sosial (*social presence or sociability*). Media baru bersifat individual dan bukan bersifat interaksi sosial secara langsung.
3. Kekayaan media (*media richness*). Jangkauan dimana media dapat menjembatani kerangka referensi yang berbeda, mengurangi ambiguitas, memberikan lebih banyak petunjuk, melibatkan lebih banyak indra dan lebih personal.
4. Otonomi (*autonomy*). Derajat dimana seseorang pengguna merasakan kendali atas konten dan penggunaan, mandiri dari sumber.
5. Sarana permainan (*playfulness*), media baru digunakan sebagai hiburan dan kesenangan, sebagai lawan dari sifat fungsi dan alat.
6. Privasi (*privacy*). Media baru diasosiasikan dengan penggunaan dari suatu media dan/atau pemilihan konten.
7. Personalisasi (*personalization*), tingkat dimana konten dan penggunaan menjadi personal dan unik.

Media sosial sebagai salah satu bentuk media baru yang berpengaruh besar dalam kehidupan manusia pada era digital. Media sosial adalah media dengan konten yang disusun dan didistribusikan melalui interaksi sosial. Media sosial dapat dikategorikan sebagai *many-to-many communications* karena khalayaknya juga menjadi sumber konten media. Beberapa media sosial adalah *facebook*, *myspace* dan *twitter* (Straubhaar, 2012: 20).

Media sosial termasuk dalam kategori media partisipasi kolektif (*collective participatory media*). Penggunaan internet sebagai ajang berbagi dan bertukar informasi,

gagasan dan pengalaman, serta untuk mengembangkan hubungan pribadi yang aktif. Media sosial seperti *twitter* telah membuat ruang privat menjadi ruang koneksi dan tanpa isolasi seperti halnya individu yang berhubungan dengan ranah politik, dan melibatkan diri dalam aktifitas pemerintahan dan sosial.

Papacharissi (dalam Fuchs, 2013:186), mengatakan bahwa sosial media seperti *twitter* telah mengaburkan batas – batas antara ruang privat dan ruang publik politik sehingga ruang privat menjadi bagian ranah politik. Media sosial *twitter* banyak digunakan karena bersifat tanpa biaya dan mudah digunakan untuk mengirim pesan (Cross, 2011: 51). Pengguna *twitter* cukup melakukan *sign up*, *mem-posting profil* dan *log in*. Dalam halaman utama terdapat kotak bertuliskan, “*what’s happening?*”. Kemudian pengguna menuliskan maksimal 140 karakter dalam kotak tersebut, lalu tulisan tersebut akan dapat dibaca oleh publik, meliputi *followers* dan siapapun yang memiliki akses internet. Jika pengguna *twitter* ingin menyampaikan pesan privat, maka *direct message* dapat digunakan (Cross, 2011:55).

Beberapa fitur dalam media sosial *twitter* adalah :

1. *Update status*
Penggunaan *twitter* menurut riset *Social Media at Work* dilakukan untuk melakukan update status (apa yang sedang terjadi) sebanyak 50%. (Cross, 2011:65).
2. *Follow*
Media sosial *twitter* memiliki sifat relasi asimetris. Akun *twitter* tidak harus menjalin hubungan timbal balik dengan akun lain, jika suatu akun melakukan *follow* pada akun lain, maka akun lain tersebut tidak harus melakukan *follow* juga. (Postill, 2012:7)
3. *Retweet*
Dalam *twitter*, pengguna dapat melakukan *retweet* informasi, *link*, atau komentar orang lain yang menarik.
4. *Reply*
Umpan balik dimungkinkan bersifat instan. *Twitter* seperti ruang percakapan raksasa yang memungkinkan terkoneksi dengan teman dan *followers* untuk mengetahui apa yang sedang terjadi setiap saat. Ruang 140 karakter dalam *twitter* merupakan tantangan bagi penggunanya untuk dapat menyampaikan pesan secara singkat. (Cross, 2011:51)
5. *Hashtag*
Penggunaan *hashtag* di *twitter* mengarahkan pada diskusi tentang topik tertentu. Dalam *twitter* terdapat ‘*trending topic*’ mengenai *hashtag* yang sedang populer. (Cross, 2011:55)

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan menentukan posisi peneliti dalam menemukan variasi data guna mendukung hasil penelitian, serta menunjukkan orisinalitas dari penelitian. Pada bagian ini, peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasan baik dari penelitian yang sudah dipublikasikan maupun belum dipublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sejauh mana orisinalitas dan posisi peneliti yang akan dilakukan. Perbandingan yang dapat ditemukan dari penelitian terdahulu dan penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Penulis/ Komponen Penelitian	Penulis					
	Maria Christine Anggraeni (2011)	Siti Khusul Khotimah (2013)	I G.A.A. Kade Galuh (2015)	Christina Ruby (2014)	Xinzhi Zhang dan Wan-Ying Lin (2014)	Penelitian ini
Judul Penelitian	Deliberasi Publik dalam Interaksi Komentar Pembaca di Situs Berita <i>Kompas.com</i> dan <i>Social Media Kompasiana</i>	Berdemokrasi di Ruang Publik: Langsung, Umum, Bebas, dan Tanpa Rahasia dalam Media Sosial <i>Twitter @Triomacan2000</i>	Media Sosial dan Demokrasi (Studi Kasus Transformasi Aktivitas Media Sosial ke Gerakan Nyata Bali Tolak Reklamasi Periode Agustus 2013 sampai dengan Juli 2015)	<i>Social Media and Democratic Revolution; The Impact of New Forms of Communication Democracy</i>	<i>Political Participation in an Unlikely Place: How Individuals Engage in Politics through Social Networking Sites in China</i>	Penggunaan Internet sebagai <i>Public Sphere</i> dalam Demokrasi Deliberatif (Analisis Penggunaan <i>Hashtag</i> terkait Isu Politik Menjelang Pilpres 2019)
Tinjauan Pustaka	Gambaran Umum mengenai <i>Kompas.com</i> dan <i>Social Media Kompasiana</i>	- Ruang Publik Habermas - Relasi kuasa foucault	- Media sosial - Gerakan sosial dan aksi kolektif	- <i>Democratic liberties</i>	- <i>Social networking sites</i> - <i>New media</i> dan partisipasi politik	- Demokrasi Deliberatif Habermas - Ruang Publik Habermas
Lokasi Penelitian	Situs Berita <i>Kompas.com</i> dan <i>Social Media Kompasiana</i>	Akun <i>twitter @triomacan2000</i>	Teluk Benoa, Bali.	Studi literatur kasus <i>Arab Spring</i> , <i>Tunisian Revolution</i> , <i>Egyptian revolution</i> , dan penggunaan sosial media di China	Salah satu universitas di Provinsi Guangdong, China.	<i>Platform twitter</i> dengan menggunakan <i>hashtag</i> mengenai isu pergantian presiden
Metode Penelitian	Kualitatif deskriptif dengan melakukan Observasi dan Pengumpulan data	Kualitatif deskriptif dengan analisis wacana.	Kualitatif Eksplanatif dengan jenis penelitian studi kasus.	Studi literatur dengan sumber data dari beberapa kasus mengenai	Penelitian kuantitatif dengan kuisioner yang diberikan kepada mahasiswa di salah	Kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian naturalistik.

	melalui pengamatan pada kolom komentar situs berita <i>kompas.com</i> dan <i>social media kompasiana</i> mengenai kasus ahmadiyah	Sumber data dari <i>tweet</i> akun @triomacan2000 dan interaksi <i>virtual</i> antar <i>followers</i> -nya	Pengumpulan data dengan observasi partisipasi dan wawancara.	peran media sosial dalam sebuah revolusi.	satu universitas Provinsi Guangdong, China yang merupakan pengguna internet tertinggi ketiga.	Pengumpulan data berupa teks dengan <i>hashtag</i> mengenai isu politik pergantian presiden yang sering menjadi <i>trending topic</i> di <i>twitter</i>
Hasil Penelitian	Dari kedua laman media <i>www.kompas.com</i> dan <i>www.kompasiana.com</i> masih memiliki potensi yang minim untuk dapat membentuk deliberasi publik yang ideal.	Ruang publik media sosial seringkali ditemukan individu satu menekan individu lainnya, sehingga perspektif Habermas mengenai “ <i>public sphere</i> ” tanpa “ <i>coercive power</i> ” masih utopia.	Media sosial mampu mendorong representasi demokratis ketika berhasil bertransformasi menjadi aksi nyata sebagai strategi untuk mengubah isu publik menjadi agenda politik.	Aksesibilitas dan penyebaran informasi yang cepat di media sosial meningkatkan kemampuan warga negara untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah.	Situs Jejaring Sosial/ <i>Social Networking Sites</i> (SNS) di China, dimana saluran untuk berpartisipasi dibatasi dan aliran informasi <i>online</i> disensor, sehingga demokratisasi atau kebebasan berpartisipasi politik mungkin akan memakan waktu lebih lama dari yang diharapkan.	<i>Twitter</i> sebagai ruang publik <i>virtual</i> menjadi sebuah trend tersendiri dalam menghadirkan suasana politik dan arena kontestasi politik menjelang pemilu pergantian Presiden. Internet memberdayakan rakyat akar rumput (<i>grass root</i>) untuk menyuarakan pendapatnya dan sikap politiknya sendiri.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

METODE PENELITIAN

Paradigma Sosiologi

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma definisi sosial. Paradigma ini mengacu pada manusia yang memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol sosial dan pranata sosialnya dimana individu tersebut berasal. Manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan dirinya melalui respon – respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Paradigma definisi sosial tertarik terhadap apa yang ada dalam pemikiran manusia, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya. (Ritzer, 1992)

Selain paradigma definisi sosial, terdapat paradigma lain yang digunakan dalam penelitian ini yaitu paradigma kritis. Paradigma kritis tidak sekedar menggambarkan mekanisme tersembunyi yang menjelaskan realitas yang diamati, tetapi juga mengkritik kondisi dan menyiratkan perubahan (Gunter, 2000:7).

Dari kedua paradigma yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan adanya kesinambungan yang terjalin antara paradigma definisi sosial dan paradigma kritis. Fokus utama dalam penelitian ini adalah terdapat pada penyebaran partisipasi, penyebaran informasi, dan upaya pencapaian konsensus melalui dialog publik. Media siber sebagai wadah terjadinya demokrasi deliberatif diidentifikasi sebagai sumber yang memiliki peran yang kompleks untuk melakukan kontrol sosial yang dikendalikan dari segi sosial, budaya, dan politik. Dalam tindakan komunikatif, dapat dilihat pada bagaimana perilaku partisipan yang terlibat di dalam percakapan memiliki keunikan yang lahir sebagai proses berpikir manusia. Seperti yang dikatakan oleh Neuman, bahwa kehidupan sosial berdasarkan interaksi sosial yang kemudian membentuk sistem pemaknaan.

Pendekatan Penelitian

Penelitian yang berjudul “Penggunaan Internet sebagai *Public Sphere* dalam Demokrasi Deliberatif” ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk memperdalam sebuah data yang ditemukan dalam setiap penelitian. Penelitian dengan metode ini dapat memberikan gambaran atau melukiskan keadaan objek penelitian berdasarkan fakta – fakta yang akan dikumpulkan melalui pendekatan – pendekatan data dan teori. (Creswell, 2013)

Dalam penelitian ini, metode penelitian kualitatif digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara meng-*capture posting* yang diproduksi oleh para *netizen* pada *platform twitter*. Peneliti menggunakan metode penelitian ini karena ingin mengetahui gambaran mengenai penggunaan internet sebagai *public sphere* dalam demokrasi deliberatif melalui *hashtag* isu politik menjelang pilpres 2019. Bentuk interaksi yang dihasilkan akan berlangsung secara nyata dan mendalam melalui media *online*.

Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian naturalistik untuk mendapatkan suatu pemahaman atas fenomena yang telah dipilih dengan cara mengamati dan pengumpulan data yang dilakukan dalam latar/*setting* alamiah, artinya tanpa memanipulasi *objek* yang diteliti sebagaimana adanya. Tujuan penelitian naturalistik adalah untuk mengetahui aktualitas, realitas sosial dan persepsi manusia melalui pengakuan yang mungkin tidak dapat diungkapkan melalui penonjolan pengukuran formal atau pertanyaan

penelitian yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Realitas sosial yang ada dalam penelitian ini menggunakan realitas *virtual*. Jika realitas sosial secara nyata lebih dideterminasi oleh adanya konstruksi secara diskursif (bahasa dan simbol lainnya), maka realitas *virtual* sebagai hasil dari praktek – praktek sosial juga dikonstruksi oleh non-diskursif, yakni agregasi algoritma/*online tools* sehingga menghasilkan apa yang disebut dengan *cyber culture/digital culture/virtual culture* : “teknologi sebagai kultur”.

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini ingin mengungkapkan penggunaan internet sebagai *public sphere* dalam demokrasi deliberatif melalui *hashtag* isu politik menjelang pilpres 2019 yang dilakukan oleh para *netizen*, maka *twitter* merupakan ruang lingkup dalam penelitian ini.

Alasan memilih media sosial *twitter* sebagai arena dalam penelitian ini karena *twitter* merupakan konten internet yang membuktikan bahwa demokrasi deliberatif benar – benar ada dan media yang digunakan *netizen* dalam perang *hashtag* mengenai isu politik menjelang pergantian presiden periode 2019 – 2024 adalah *twitter*. *Netizen* melakukan interaksi, diskusi, argumentasi, menyampaikan pendapat dan pertukaran opini hingga berujung pada gerakan massa yang konkrit adalah salah satunya melalui *platform twitter*. Selain itu, *twitter* juga merupakan salah satu situs jejaring sosial populer, dimana *twitter* memiliki berbagai macam konten atau isi yang bisa dioperasikan oleh penggunanya. Konten – konten tersebut adalah *home, profile, follower, following, mentions, favorite, direct message, hashtag, list, dan trending topic*. Untuk membatasi ruang lingkup dalam penelitian ini, maka peneliti menentukan langkah – langkah yang dilakukan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Peneliti memantau lini masa *twitter* untuk menemukan kecenderungan *netizen* *posting* pesan dengan menggunakan *hashtag* yang menjadi *trending topic* terkait dengan isu politik menjelang pemilu pilpres 2019.
- b. Pengumpulan data berupa teks yang menggunakan *hashtag* mengenai isu politik menjelang pilpres 2019 dilakukan selama bulan April – Mei 2018 ketika isu ini sering menjadi *trending topic* di *twitter*.
- c. Kriteria utama dalam pengumpulan data telah ditentukan sebagai berikut:
 - *Posting* pesan dengan menggunakan *hashtag* mengenai isu politik menjelang pergantian presiden periode 2019 – 2024
 - *Posting* pesan dilakukan pada rentang waktu April – Mei 2018
 - Keaktifan dalam diskusi, kualitas pesan yang diproduksi, dan kualitas jawaban atas komentar dari pesan yang di-*posting*
 - Latar belakang yang berbeda dari berbagai akun hasil *sampling*, sehingga dapat terpilih beberapa data yang memiliki variasi unik
 - *Posting* pesan mendapatkan respon yang tinggi dari akun *netizen* lain. Respon ini dapat dilihat melalui fitur *online tools* yang telah disediakan *twitter*, seperti *reply, retweet, dan favorite*

Pelaksanaan penelitian ini berlangsung pada bulan April – Mei 2018 disesuaikan dengan maraknya perang *hashtag* mengenai isu politik menjelang pilpres periode 2019 – 2024 yang semakin dekat dan hal tersebut banyak mendapat perhatian dari pengguna media sosial khususnya di *twitter*.

Unit Analisis Penelitian

Adapun unit analisis yang merupakan fokus riset adalah berbagai *posting* pesan mengenai isu politik menjelang pemilu pilpres 2019 yang diproduksi oleh *netizen* pada platform *twitter* di bulan April – Mei 2018. Pada waktu tersebut, platform *twitter* sedang gencar dipergunakan sebagai arena perang *hashtag* mengenai isu politik menjelang pemilu pilpres 2019.

Adapun *hashtag* yang mendominasi antara bulan April – Mei 2018 adalah #2019GantiPresiden, #2019TetapJokowi, #2019PresidenBaru, #Jokowi2Periode, #DiaSibukKerja, #Tetap2Periode dan masih banyak *hashtag* – *hashtag* lain yang secara insidental muncul sebagai tandingan dari *hashtag* – *hashtag* yang sudah ada sebelumnya.

Dalam penelitian ini, penentuan sampel diambil sesuai dengan kategori yang akan diteliti. Pemilihan sampel dilakukan melalui *purposive sampling* dengan berbagai kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, yaitu :

1. *Posting* pesan yang mengandung *hashtag* isu politik mengenai pergantian presiden periode 2019 – 2024
2. *Posting* pesan yang diproduksi dilakukan pada bulan April – Mei 2018
3. Keaktifan dalam diskusi, kualitas pesan yang diproduksi, dan kualitas jawaban atas komentar dari pesan yang di-*posting*
4. Latar belakang yang berbeda dari berbagai akun hasil *sampling*, sehingga dapat terpilih beberapa data yang memiliki variasi unik
5. *Posting* pesan mendapatkan respon yang tinggi dari akun *netizen* lain. Respon ini dapat dilihat melalui fitur *online tools* yang telah disediakan *twitter*, seperti *reply*, *retweet*, dan *favorite*

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan oleh peneliti berdasarkan kebutuhan analisa dan pengkajian. Pengumpulan data yang dilakukan adalah :

- Data Primer

1. Dokumentasi Data

Platform media sosial yang bercirikan *portable*, mudah berubah, dinamis, dan selalu *update* sehingga peneliti secepatnya akan melakukan dokumentasi data. *Posting* pesan, memberikan komentar, respon *like/dislike*, *favorite*, dan *share* yang merupakan sumber data dalam penelitian ini akan peneliti simpan menggunakan cara *screen capture* sehingga terkumpul berupa teks, gambar, dan data – data yang berhubungan dengan penelitian ini.

Adapun langkah – langkah yang dilakukan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

- a. Peneliti memantau lini masa *twitter* untuk menemukan kecenderungan *netizen* mem-*posting* pesan dengan menggunakan *hashtag* yang menjadi *trending topic* terkait dengan isu politik menjelang pergantian presiden periode 2019 – 2024.
- b. Pengumpulan data berupa teks yang menggunakan *hashtag* mengenai isu politik menjelang pergantian presiden periode 2019 – 2024 dilakukan selama bulan April – Mei 2018 ketika isu ini sering menjadi *trending topic* di *twitter*. Mengingat penelitian yang dilakukan adalah analisis terhadap teks dari *posting*

pesan yang diproduksi di *twitter*, maka teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*, kemudian dikategorikan berdasarkan konteks – konteks yang muncul selama penelitian ini berlangsung.

- c. Teknik pengambilan sampel ini dapat diperkuat dengan syarat – syarat pada pengambilan sampel didasarkan pada ciri – ciri, sifat – sifat, atau kriteria tertentu yang merupakan ciri – ciri pokok populasi. Pada penelitian ini kriteria utamanya adalah :

- *Posting* pesan dengan menggunakan *hashtag* mengenai isu politik menjelang pergantian presiden periode 2019 – 2024
- *Posting* pesan dilakukan pada rentang waktu April – Mei 2018
- Keaktifan dalam diskusi, kualitas pesan yang diproduksi, dan kualitas jawaban atas komentar dari pesan yang di-*posting*
- Latar belakang yang berbeda dari berbagai akun hasil *sampling*, sehingga dapat terpilih beberapa data yang memiliki variasi unik
- *Posting* pesan mendapatkan respon yang tinggi dari akun *netizen* lain. Respon ini dapat dilihat melalui fitur *online tools* yang telah disediakan *twitter*, seperti *reply*, *retweet*, dan *favorite*

Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dari seluruh data, data tersebut diperoleh dari dokumentasi. Analisis data merupakan langkah terakhir sebelum didapatkan satu kesimpulan. Penarikan kesimpulan dilakukan setelah pengumpulan data cukup memadai dan selesai. Untuk menyajikan data agar mudah dipahami, maka langkah – langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Analysis Interactive Model* dari Miles dan Huberman (2014), yang membagi langkah – langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data (*data collection*), kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclutions drawing*).

Adapun tahapan – tahapan yang akan dilakukan peneliti dalam menganalisis teks – teks yang telah dihasilkan sebagai berikut :

1. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa teks hasil produksi (*posting tweet*) di *twitter* yang dijadikan sebagai unit analisis dalam penelitian ini. Data tersebut kemudian diseleksi sesuai dengan kebutuhan penelitian ini.
2. Data – data yang telah diseleksi tersebut kemudian dikelompokkan menurut kategori – kategori tertentu.
3. Data – data yang telah dikelompokkan tersebut kemudian disusun secara sistematis. Hal ini dilakukan peneliti untuk memudahkan dalam penyajian data yang rapi dan memudahkan proses analisis data.
4. Data – data yang telah dikelompokkan tersebut, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis tekstual. Dalam hal ini peneliti menginterpretasikan data untuk menemukan konsep – konsep dibalik data tersebut.
5. Data – data yang telah dianalisis tersebut kemudian disimpulkan oleh peneliti. Kesimpulan tersebut merupakan hasil dari proses pemaknaan terhadap simbol – simbol yang diungkapkan melalui *posting* pesan di *twitter*.

Teknik Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif. Validitas dalam penelitian kualitatif didasarkan pada kepastian apakah hasil penelitian sudah akurat dari sudut pandang peneliti, partisipan, atau pembaca secara umum. Istilah validitas dalam penelitian kualitatif dapat disebut pula dengan *trustworthiness*, *authenticity*, dan *credibility*. (Creswell, 2013)

Menurut Creswell (2013), ada delapan strategi validitas atau keabsahan data yang dapat diterapkan, yaitu :

1. *Triangulasi*

Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.

2. *Member check*

Member check diterapkan dalam penelitian untuk mengetahui akurasi hasil penelitian. Proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana kebenaran suatu data atau informasi yang telah diberikan.

3. *Thick description*

Membuat deskripsi yang kaya dan padat tentang hasil penelitian. Deskripsi ini setidaknya harus berhasil menggambarkan setting penelitian dan membahas salah satu elemen dari pengalaman partisipan.

4. *Clarify*

Mengklarifikasi bias yang mungkin dibawa peneliti ke dalam penelitian. Dengan melakukan refleksi diri terhadap kemungkinan munculnya bias penelitian, peneliti akan mampu membuat narasi yang terbuka dan jujur sehingga dapat dirasakan oleh pembaca.

5. *Present negative or discrepant information*

Menyajikan informasi yang berbeda atau negatif sehingga dapat memberikan perlawanan pada tema – tema tertentu. Karena kehidupan nyata tercipta dari beragam perspektif yang tidak selalu menyatu, membahas informasi yang berbeda sangat mungkin menambah kredibilitas hasil penelitian.

6. *Prolonged engagement*

Memanfaatkan waktu yang relatif lama di lapangan atau lokasi penelitian. Hal ini dapat meningkatkan keakraban dan kepercayaan partisipan kepada peneliti sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan.

7. *Peer debriefing*

Melakukan tanya jawab dengan sesama rekan peneliti untuk meningkatkan keakuratan hasil penelitian. Proses ini mengharuskan peneliti untuk mencari rekan yang dapat mereview hasil penelitian dan berdiskusi mengenai hasil penelitian, sehingga hasil penelitian dapat dirasakan oleh orang lain selain peneliti sendiri.

8. *External auditor*

Mengajak auditor untuk mereview keseluruhan proyek penelitian. Berbeda dengan rekan peneliti, auditor ini tidak akrab dengan penelitian yang diajukan. Akan tetapi kehadiran auditor tersebut dapat memberikan penilaian objektif, mulai dari proses hingga kesimpulan penelitian.

PEMBAHASAN

Penggunaan Internet sebagai *Public Sphere* dalam Demokrasi Deliberatif

Internet dan politik rasanya akan sulit untuk dipisahkan, terlebih munculnya jejaring sosial seperti *twitter* untuk menunjang kepentingan masyarakat, antara lain untuk strategi kampanye politik. Dari segi jangkauan lebih efektif dan mampu menyapa setiap pengguna dan berbiaya jauh lebih murah dibanding dengan media konvensional, sehingga para praktisi politik dan kandidat parlemen, bahkan calon presiden juga memanfaatkan teknologi jejaring sosial dalam melakukan kampanye. Peranan sosial media menjadi sangat penting, karena mampu mendongkrak suara secara signifikan bahkan membentuk opini. Munculnya opini, berhasil membentuk kekuatan masing – masing calon. Keberadaan media sosial dalam kampanye bisa memunculkan secara cepat hal – hal yang berkaitan dengan pergerakan partai politik. Banyaknya pernyataan bisa ikut mempengaruhi calon pemilih dalam menentukan siapa yang harus dipilih. Hasil penelitian menunjukkan lima kategori yang dapat dikelompokkan sesuai dengan *tweet* yang ditemukan dengan menggunakan berbagai *hashtag viral* yang berhubungan dengan topik pergantian presiden. Berikut adalah penyajian data dan pembahasan dari masing – masing kategori yang paling menonjol dari penelitian ini.

a. Internet sebagai Sarana Menyalurkan Ide dan Gagasan dalam Demokrasi Deliberatif

Hashtag #2019GantiPresiden yang *viral* dan sempat merajai media sosial *twitter* selama beberapa saat. Wacana ini digunakan oleh kelompok yang memilih posisi berseberangan dengan Jokowi, seperti PKS. *Hashtag* #2019GantiPresiden ini sendiri disebut – sebut dicetuskan oleh politikus partai berlogo bulan dan padi, yaitu Mardani Ali Sera.



Gambar 1. Posting tweet @MardaniAliSera

Untuk sebuah wacana di *twitter*, *hashtag* ini tergolong mampu bertahan selama sehari – hari. *Hashtag* #2019GantiPresiden masih digunakan oleh beberapa *netizen* dalam kiriman mereka saat berinteraksi di *twitter*.

Pada 07 Mei 2018, Mardani Ali Sera mem-*posting* sebuah pesan melalui akun *twitter*nya @MardaniAliSera yang menjelaskan bahwa gerakan #2019GantiPresiden adalah gerakan yang sah, legal, dan konstitusional. Dalam *posting* tersebut, Mardani Ali Sera juga memberikan sebuah tautan video yang menjelaskan mengenai payung hukum yang menguatkan gerakan *hashtag* ini tidak menyalahi aturan.

Posting pesan ini telah mendapat respon sebanyak 26.400 *views*, 294 tanggapan, 1.254 *retweets*, dan 2.124 *likes*. Dari kemunculan *hashtag* ini, memicu ‘perang’ di dunia

may. Wacana #2019GantiPresiden dapat dikatakan sah – sah saja. Di era yang menjunjung tinggi kebebasan berpendapat, *hashtag* ini merupakan salah satu bagian dari kondisi tersebut. *Hashtag* ini dapat dikategorikan hanya sebagai kritik semata. Isu yang bergulir di *twitter* ini tidak lain hanya sebuah wacana alternatif yang dihadirkan oleh kelompok oposisi. Isu ini dapat dikatakan sebagai bentuk atas rasa ketidakpuasan kelompok oposisi terhadap kepemimpinan Jokowi. Menurut Habermas, sebuah negara disebut demokratis jika menyediakan sebuah ruang publik yang “netral” bagi setiap warga negara untuk menyampaikan pendapatnya, gagasannya, bahkan mengkritik kekuasaan. (Habermas, 2000)

Danning (2006) memaparkan dalam risetnya bahwa keluarnya gagasan dan opini yang sama di *twitter* membangun sebuah wacana. Ide dan gagasan mengenai peristiwa yang muncul sebagai akibat dari realitas politik yang terjadi. Wacana dan opini yang disampaikan oleh khalayak dengan menggunakan *hashtag* sebagai cara kreatif untuk membangun kepedulian secara kolektif mengenai sebuah isu atau persoalan sosial tertentu. *Hashtag* sebagai alternatif yang cukup efektif untuk menyebar opini dan gagasan di *twitter*. Hadirnya media sosial seperti *twitter* membangun suatu gerakan sosial menjadi lebih mudah, cukup dengan gerakan ‘bergerilya’ melalui media sosial dengan modal *hashtag* dan penyebaran menjadi lebih masif. Sebaran jangkauan internet yang luas dianggap sebagai cara efektif untuk mensosialisasikan program kerja, isu, pesan politik untuk pembentukan citra dalam meraih popularitas merupakan konsekuensi logis untuk mendulang dukungan.

Sekilas memang tidak ada unsur pelanggaran hukum dari diskursus yang bergulir di media sosial *twitter*. Sebagaimana disebutkan oleh Mardani Ali Sera, sang pencetus *hashtag*, ini merupakan langkah yang konstitusional. Melalui *hashtag* ini, wacana yang bergulir justru tergolong sebagai langkah demokratis. *Hashtag* #2019GantiPresiden dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk kampanye yang menarik. Bagi kelompok pendukung Jokowi, *hashtag* ini dapat dianggap sebagai serangan tiba – tiba yang memanaskan suasana. *Hashtag* ini terlihat belum mengurangi tingkat kesukaan masyarakat kepada Jokowi. *Hashtag* tersebut justru menguntungkan karena bisa menimbulkan simpati dan membakar semangat para pendukung Jokowi. Wacana yang muncul dari *Hashtag* #2019GantiPresiden juga terlihat masih sebatas “asal bukan Jokowi” di tahun 2019 nanti. Tidak tampak wacana – wacana baru mengenai keburukan pemerintahan saat ini. Salah satu yang paling penting, tidak muncul tokoh oposisi yang benar – benar siap menjadi pengganti Jokowi di tahun 2019 nanti.

Tidak hanya berhenti di *platform twitter*, perlahan – lahan wacana *hashtag* ini mulai merambah di dunia nyata. Tema mengenai *hashtag* ini semakin marak diperbincangkan setelah Ketua DPP Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Mardani Ali Sera membagikan gelang bertuliskan *hashtag* #2019GantiPresiden tersebut di sebuah acara televisi swasta. Setelah peristiwa tersebut, banyak kaos dan stiker memuat tulisan #2019GantiPresiden marak dijual hingga muncul berbagai *gimmick* melalui penjualan kaos, gelang, topi, dan lain sebagainya yang mulai diperdagangkan mengikuti gelombang *hashtag* tersebut.

Adu ide, kreativitas dalam menawarkan gagasan, dan menjual para jagoan ini harus diakui oleh pendukung Jokowi yang sedang kewalahan menghadapi munculnya “produk” baru dengan mengusung *hashtag* #2019GantiPresiden. Walaupun “produk” yang diusung belum jelas dan spesifik, dalam artian belum mengacu pada figur tertentu, tetapi #2019GantiPresiden terus menanjak naik popularitasnya. Energi kreatif dari para pendukung #2019GantiPresiden secara cerdas memanfaatkan berbagai fitur yang selama ini tidak pernah terbayangkan digunakan sebagai medium kampanye.

Internet sebagai *public sphere* bisa dikatakan sebagai medium yang bisa digunakan untuk diskusi atau debat politik, pertukaran ide maupun gagasan, sehingga membangun wacana sebagai jawaban terhadap realitas politik (Wallsten, 2007). Penggunaan *twitter* untuk medium kampanye dan komunikasi politik, memunculkan sejumlah kelompok masyarakat terdidik yang berupaya untuk memperkuat kesadaran politik warga negara melalui diseminasi informasi politik secara *online* yang menjadikan para *netizen* sebagai target. Menjelang pemilihan umum Presiden Indonesia, momen kampanye politik memunculkan beberapa komunitas di ruang publik *virtual* yang disebut *cybermass*. Perdebatan di ruang publik *virtual* menjadi media kampanye sekaligus penjaring aspirasi masyarakat. Suara di ruang publik *virtual* seolah merepresentasi dukungan yang sebenarnya kepada tokoh panutan.



Gambar 2. Posting tweet akun @RajaPurwa

Posting pesan akun @RajaPurwa yang dilakukan pada tanggal 7 April 2018 ini berisi “Pilih kaos yang mana bro? #2019GantiPresiden RT #Jokowi2JKW4P Like”. Meskipun isi dari posting pesan ini terkesan sederhana, tetapi mampu memancing respon dari kedua kubu pendukung *hashtag* tersebut. Posting pesan ini mendapat respon sebanyak 108 tanggapan, 2057 *retweets*, dan 261 *likes*. Dari hasil *retweets* dan *likes* pada posting pesan dapat menunjukkan dukungan terhadap kedua *hashtag*. Kaos hitam dengan *hashtag* #2019GantiPresiden yang mendapatkan respon sebanyak 2057 *retweets*. Sedangkan kaos putih dengan *hashtag* #Jokowi2JKW4P mendapatkan *likes* sebanyak 261 *likes*.

Dari kedua *hashtag* ini menunjukkan perbedaan perbandingan yang signifikan. Bagaimanapun, sisi yang tidak terungkap tersebut adalah makna yang sekaligus juga menggambarkan pesan tersirat dari *hashtag* masing – masing yaitu kontestasi politik. Dari dua model pendekatan *hashtag* ini dapat dipahami bahwa munculnya *hashtag* merupakan babak baru dari atmosfer demokrasi di negeri ini. Terdapat pertarungan ide yang terus disuarakan agar kemudian ide tersebut menemui realitas faktualnya.

Media sosial *twitter* yang sudah menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat untuk bersosialisasi, bertukar pikiran, dan ungkapan pendapatnya. *Hashtag* dipopulerkan *twitter* yang memiliki peran besar dalam meramaikan percakapan dan menjadi *trending topic twitter*. *Hashtag* digunakan untuk mengindeks kata kunci atau topik di *twitter* dan memungkinkan pengguna untuk mengikuti topik yang diminati dengan mudah. Saat ini *hashtag* menjadi simbol untuk menggerakkan pengguna media sosial dan seringkali digunakan oleh para politisi untuk mempengaruhi persepsi pengguna media sosial khususnya *followers*-nya. Terlepas dari semuanya, gerakan #2019GantiPresiden tak lebih dari bentuk kebebasan berekspresi dan menurut banyak pihak adalah hal yang sah untuk dilakukan.



Gambar 3. Posting tweet akun @rockygerung

Rocky Gerung (@rockygerung) memberikan cuitan melalui akun *twitter*nya, “Mulai hari ini, #2019GantiPresiden telah menjadi “*public sphere*”: ruang argumentasi publik. Bagus buat demokrasi!”. Posting ini mendapatkan respon yang masif dari lini masa *twitter* dengan 271 tanggapan, 1.625 *retweets*, dan 3.788 *likes*. Cuitan yang diposting Rocky Gerung sebenarnya merupakan tanggapan untuk *quote tweet* dari Ridho Ahmad Zahid (@ahmadzahid87) yang memposting “Ga ikut CFD prof. Ramaikan #2019GantiPresiden”. Rocky Gerung aktif menanggapi dan membagikan berbagai cuitannya melalui akun *twitter*nya yang memiliki jumlah *followers* tergolong tinggi. Pengajar filsafat di Universitas Indonesia ini melalui akun *twitter*nya menyatakan bahwa *hashtag* tersebut kini menjadi bagian dari “argumentasi publik”. *Hashtag* ini merupakan wacana yang mewakili validitas aspirasi dan perasaan rakyat yang terbentuk dalam opini, konsep, pandangan hidup, dan harapan sehingga mempengaruhi cara berpikir atau bertindak. Habermas dalam Rycroft (2007:12), menyatakan bahwa di era masyarakat yang semakin menipis untuk bertemu secara tatap muka ini, keterlibatan entitas dalam diskusi publik terwakili melalui teks atau *image* di internet.

Netizen secara kolektif dan secara langsung berdiskusi tentang topik yang sedang berlangsung, ini merupakan sebuah elemen demokrasi. Setiap pengguna juga dapat memperdebatkan suatu topik dan memberikan pandangannya selama mereka memiliki akses ke ruang publik *virtual* dan pandangan mereka dapat didengar. (Street & Wright, 2007)

Karakteristik Ruang Publik Virtual	
Isi	Tidak terbatas, transparan, prinsip global, bebas, publikasi cepat
Orientasi Fungsi	Semua kalangan, akses universal
Institusi	Terdesentralisasi, fleksibel, anonimitas, pengguna sebagai pemilik, hanya dengan modal akses
Akses Publik	Sangat luas, multi-arah, interaktif, kebebasan, kesetaraan

Tabel 2. Karakteristik ruang publik virtual

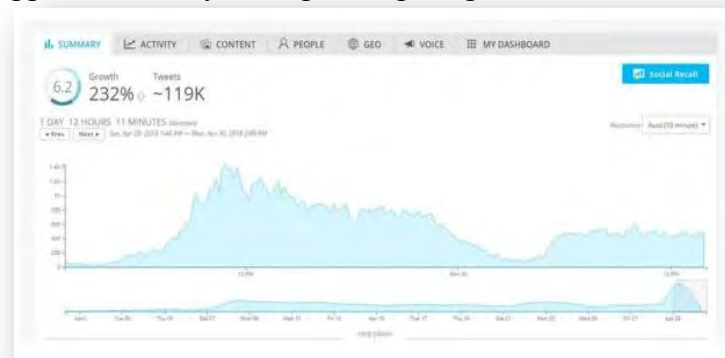
Secara umum, *twitter* memiliki karakteristik seperti aksesibilitas yang tidak terbatas bagi siapa saja karena semua orang bisa mendaftar, *user* memiliki kebebasan untuk memposting apapun dan bebas untuk berbicara mengenai masalah apapun. *Twitter* yang menampung semua ide, gagasan, pemikiran, pendapat, dan tak ada larangan formal namun perlu menjaga budaya dengan tidak melakukan *flaming* (provokatif atau mengadu domba), terutama isu dan konten SARA. Kemauan untuk berbagi dan menjaga perasaan orang lain menjadi sangat penting dalam bersikap. Kontrol sosial menjadi kesadaran bersama sebagai manusia yang dibatasi oleh kekuatan yang sepadan.



Gambar 4. Posting tweet dari akun twitter Mas Piyu (@maspiyuuu)

Hashtag sebagai bentuk reaksi spontan masyarakat terhadap isu yang momentumnya bertepatan dengan tahun politik 2018 – 2019. Menurut hasil *Social Network Analysis* (SNA) yang dilakukan oleh Drone Emprit, akun dengan *username* @maspiyuuu merupakan akun *twitter* yang banyak mendapatkan respon (*RT*, *Like*, *Reply*). Selain aktif memberikan persepsinya mengenai topik pergantian Presiden, akun @maspiyuuu juga sering membalas komentar – komentar yang diberikan oleh *followers*-nya. Mas Piyu (@maspiyuuu) memanfaatkan fitur yang disediakan oleh *twitter* yaitu *polling*. *Polling* kecil – kecilan yang digelar melalui sebuah *tweet* dengan mencantumkan *hashtag* #2019GantiPresiden. Dari *polling* ini, banyak respon yang dikumpulkan dari pengguna *twitter*. Dari jumlah *vote* yang terkumpul sebanyak 25.926 *votes*, 83% mendukung adanya pergantian Presiden dan 17% memilih tidak mendukung pergantian Presiden. *Tweet* ini mendapat tanggapan sebanyak 478 komentar, 1.661 *retweets*, dan 1876 *likes*.

Hashtag #2019GantiPresiden merupakan bentuk aspirasi dari kelompok penantang pemegang kekuasaan dengan cara memperkuat pesan kepada masyarakat melalui *hashtag* ganti presiden. *Hashtag* #2019GantiPresiden adalah sebuah gambaran ekspresi *elektoral election* dari rakyat yang hidup dalam alam demokrasi dengan unsur kebebasan dalam menyatakan pendapat dan menyalurkan hasrat politik. *Hashtag* #2019GantiPresiden ini sebagai pertanda simbol kebebasan berdemokrasi secara terbuka dan *fairness*. *Hashtag* ini hanya menjadi konsekuensi logis dari kehidupan demokrasi. Rakyat tidak hanya dipandang sebagai objek legislasi yang pasif, melainkan sebagai sebuah entitas mandiri yang ikut berpartisipasi dalam pemerintahan mereka sendiri. Salah satu bentuk partisipasi yang paling sederhana adalah mengungkapkan pendapat melalui ruang publik *virtual*. Demokrasi di ruang publik *virtual* bukan serta merta diterjemahkan sebagai kebebasan berbicara atau manifestasinya yaitu memberikan komentar, namun lebih dimaknai sebagai bagaimana warga negara menggunakan haknya sebagai warga negara dalam sistem demokrasi.



Grafik 1. Penggunaan *hashtag* #2019GantiPresiden sejak 29 April 2018 menurut situs *Spredfast*

Menurut situs *Spredfast*, penggunaan *hashtag* #2019GantiPresiden meningkat hingga mencapai 232% penggunaannya, atau dipakai sekitar 120 ribu cuitan sejak Minggu, 29 April 2018. Perbincangan ini menjadi kata kunci yang sangat populer untuk sekedar mengukur tensi politik masyarakat saat ini. (*Spredfast*, 2018)

Setelah pemilihan umum pada tahun 1971, tingkat partisipasi politik rakyat Indonesia mengalami penurunan secara teratur. Pada Pilpres 2004, tingkat partisipasi politik menurun menjadi 78,2% dan jumlah golput 21,8%. Pada Pilpres 2009, tingkat partisipasi politik pemilih menurun menjadi 71,7% dan jumlah golput mencapai 28,3%. Pada Pilpres yang digelar tahun 2014, tingkat partisipasi pemilih mencapai 75,2% dan jumlah golput mencapai 24,8%. (Survey CSIS dan Lembaga Survey Cyrus Network, 2014)

Kampanye melalui media sosial *twitter* dan membidik *user* yang *well inform* dan terdidik ini tidak mudah dibohongi, tetapi mudah terpengaruh dan simpati pada hal – hal yang membuat mereka tersentuh. Di dalam *platform twitter*, hanya informasi yang sesuai fakta yang berharga. Untuk mencapai keyakinan bahwa informasi itu sesuai fakta, sering kali muncul perdebatan. Dalam berbagai hal yang menarik perhatian publik terjadi tesis yang dilawan oleh argumen antitesis. Keajaiban sering kali muncul berupa tercapainya sintesis. Tidak perlu ada seseorang yang menyimpulkan, tetapi dari perdebatan tersebut sering kali muncul “kesepakatan sunyi” diantara pihak – pihak yang berdebat beserta para “pendengarnya”. *Twitter* dengan andil besar dalam membangun opini dan menggiring persepsi publik melalui *hashtag* yang mudah dibiakkan dan terus berkembang kemudian *viral*. Jelmaan *hashtag* #2019GantiPresiden menjadi materi kampanye yang menggiring opini pribadi. Dari *hashtag* #2019GantiPresiden, timbul anggapan bahwa *hashtag* ini diposisikan sebagai antitesis dari *hashtag* #Jokowi2Periode yang sudah muncul sebelum *hashtag* #2019GantiPresiden *viral*.

b. Internet sebagai Arena Perdebatan Politik dalam Demokrasi Deliberatif

Ide gerakan dengan *hashtag* #2019GantiPresiden mulai bersambut. Serupa dengan ide gerakan #2019GantiPresiden, *netizen* ramai melakukan gerakan serupa melalui *hashtag* #ABJ (Asal Bukan Jokowi), #AjangJoDo (Asal Bukan Joko Widodo), hingga *hashtag* #2019PresidenBaru.

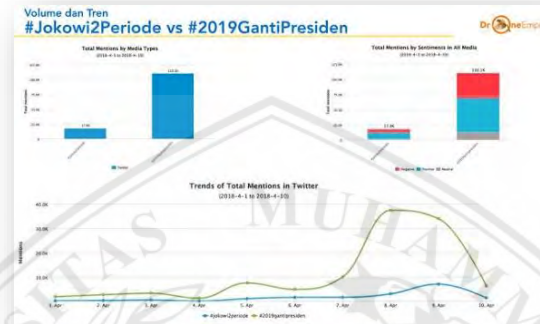


Gambar 5. *Trending topic twitter* di Indonesia #2019PresidenBaru

Hashtag #2019PresidenBaru berhasil menembus *trending topic* Indonesia dan menjadi jawara dengan lebih dari 5.000 cuitan. *Hashtag* tersebut juga bertahan cukup lama mulai 5 April 2018 hingga 6 April 2018 dipantau masih bertahan pada posisi *trending topic*. Sebelumnya juga beredar *hashtag* – *hashtag* dari pendukung Jokowi, seperti #Jokowi212, #Jokowi2Periode, #JokowiMembangunIndonesia. *Hashtag* #2019PresidenBaru adalah *hashtag* konstitusional yang tidak melanggar hukum. *Hashtag* tersebut sebagai antitesa dari *hashtag* #DuaPeriode, sehingga sah dan legal apabila #2019GantiPresiden dan

#2019PresidenBaru, karena memang pada tahun 2019 adalah tahun konstelasi politik untuk pemilihan presiden kembali.

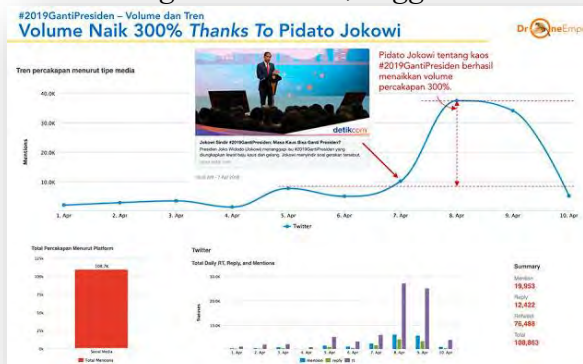
Gerakan #2019PresidenBaru pada satu sisi mengungkapkan adanya pesimisme yang dicoba untuk dihilangkan oleh *netizen*. Gambaran dari kekuatan Petahana (istilah bagi pemegang jabatan politik yang sedang menjabat) dan *power* yang menyokong terlihat begitu kokoh untuk tetap bertahan. Secara tidak langsung, *hashtag* #2019PresidenBaru mencoba menepis hal tersebut dengan mengobarkan semangat untuk mendapatkan pemimpin baru. Kedua *hashtag* tersebut memiliki kekuatannya masing – masing dan saling berhadapan – hadapan untuk saling mempengaruhi, mengungguli, sekaligus memenangi kontestasi.



Grafik 2. #Jokowi2Periode vs #2019GantiPresiden (Sumber: Drone Emprit)

Berdasarkan data Drone Emprit, analisis *indeks hashtag* di *twitter* dilakukan mulai 1 April hingga 10 April 2018. Selama periode tersebut, *software* ini mendapatkan sebanyak 110 ribu *mention* dengan menggunakan *hashtag* #2019GantiPresiden dan hanya 18 ribu *mention* dengan menggunakan *hashtag* #Jokowi2Periode.

Hashtag #2019GantiPresiden semakin populer berkat Jokowi. Dari grafik data Drone Emprit menunjukkan justru Jokowi merupakan top promotor *hashtag* tersebut. Jokowi memberikan komentar dalam sebuah pidato mengenai gerakan #2019GantiPresiden pada 7 April 2018. Atensi publik semakin tertuju pada gerakan #2019GantiPresiden setelah Jokowi membicarakan *hashtag* ini pada acara relawan bertajuk Konvensi Nasional Galang Kemajuan 2018 di Bogor, Jawa Barat. Dalam pidato tersebut, Jokowi menyindir gerakan #2019GantiPresiden dengan membagikan kaos, gelang, dan berbagai produk *merchandise* menggunakan *hashtag* tersebut di tengah masyarakat. Jokowi menanggapi gerakan ini dengan menyangsikan bahwa kaos bisa mengganti Presiden, “Masa kaos bisa ganti Presiden? Yang bisa ganti Presiden itu rakyat, kalau rakyat mau, ya bisa ganti. Kedua, restu dari Allah. Masa pakai kaos itu bisa ganti Presiden, enggak.”



Grafik 3. Volume *hashtag* #2019GantiPresiden pasca pidato Jokowi (Sumber: Drone Emprit)

Dari grafik volume dan tren yang disajikan Drone Emprit, komentar Jokowi tentang gerakan #2019GantiPresiden yang diberitakan oleh media memicu naiknya *hashtag* tersebut. Pasca pidato komentar Jokowi, dari tren volume percakapan di *twitter* mencapai total *mention* harian melonjak signifikan yakni 300%. Sebelumnya, maksimal mencapai 7.000 per hari menjadi 37 ribu pada tanggal 8 April 2018 dan pada hari berikutnya, *hashtag* tersebut mencapai puncak popularitasnya.

Agregasi algoritma seperti *hashtag* yang dimiliki *platform twitter* menjadi arsitektur *e-partisipasi* politik yang mendesentralisasi keterlibatan warga dalam partisipasi politik dan tidak hanya sekedar menyegarkan ruang publik. Agregasi algoritma mengintegrasikan *netizen* dengan opini publik yang diproduksi melalui perangkat *hashtag*. Internet memudahkan *netizen* untuk terlibat dalam politik melalui *e-partisipasi* dan deliberasi *online* dengan menyuarakan opini dan gagasannya tanpa harus saling mengenal secara fisik (*face to face*). (Horrigan, 2001)



Gambar 6. *Posting tweet* akun @msi_sohibuliman

Maraknya pemberitaan mengenai pidato Jokowi menanggapi gerakan #2019GantiPresiden memancing Presiden PKS, Mohammad Sohibul Iman memposting pesan melalui akun *twitter*nya @msi_sohibul iman. Dalam *posting* pesan yang dilakukan pada 7 April 2018 tersebut, Mohammad Sohibul Iman menyampaikan persepsinya mengenai pemberitaan yang beredar, “*Kalau dipikir dg jernih #2019GantiPresiden itu msh jauh untuk terealisasi. Pertama, hrs ada paslon alternatif diluar petahana. Ini blm ada. Kedua, paslon alternatif tsb hrs lbh tinggi elektabilitasnya drpd petahana. Ini jg blm ada. Jd sdh betul pak @jokowi menyikapi dg santai 😊.*” Mulai pesan ini diposting, respon yang didapat dari *netizen* sebanyak 430 tanggapan, 412 *retweets*, dan 981 *likes*.

Perbincangan ramai mengenai *hashtag* #2019GantiPresiden dianggap wajar sebagai bagian dari upaya lawan politik Jokowi untuk mencari dukungan. Selain itu, upaya ini sebagai ajang menakar seberapa besar dan dari kelompok masyarakat mana saja yang menginginkan adanya pergantian Presiden di tahun 2019. Tema pergantian Presiden ini digaungkan hanya sebatas untuk menyatukan sentimen anti-petahana dan gerakan ini belum jelas dalam menawarkan sosok pengganti Presiden yang akan dijagokan dalam pemilu Pilpres 2019 mendatang. Dengan belum adanya sosok yang dijagokan oleh para penggerak *hashtag* #2019GantiPresiden, karena masih rendahnya tingkat elektabilitas tokoh – tokoh selain Jokowi. Dalam berbagai survey Pemilu 2019 yang sudah diselenggarakan, dua nama calon Presiden potensial yang kerap muncul adalah Jokowi dan Prabowo Subianto.

Volume percakapan dengan *hashtag* #Jokowi2Periode kalah dibanding dengan *hashtag* #2019GantiPresiden. *Hashtag* lain seperti #T3tapJokowi yang sudah muncul sebelumnya juga mengalami kemerosotan dan sepi dari percakapan di *twitter*. Wacana yang

banyak berkembang adalah tidak ada calon Presiden lain yang mumpuni dan hanya Jokowi yang sanggup. Sehingga, bersamaan dengan berbagai survey dan wacana yang dibangun, wacana #Jokowi2Periode yang paling dominan berkembang.



Gambar 7. Peta *Hashtag* #2019GantiPresiden vs #Jokowi2Periode (Sumber: Drone Emprit)

Menurut peta *hashtag* yang disajikan Drone Emprit, menurunnya *hashtag* #Jokowi2Periode tersebut kemungkinan belum digenjut para pendukungnya. Promotor *hashtag* yang biasanya muncul dalam kluster pro pemerintah dan mendukung *hashtag* Jokowi tidak muncul. Promotor yang pro dan mendukung Jokowi kemungkinan sedang menyiapkan narasi lain untuk mendongkrak *hashtag* tersebut. Dibandingkan dengan trafik *hashtag* dan volume percakapan menunjukkan perbedaan signifikan dengan 120.708 *tweets* untuk #2019GantiPresiden dan 16.145 *tweets* untuk #Jokowi2Periode.



Gambar 8. *Social Network Analysis* (SNA) cluster pro #Jokowi2Periode dan *thread tweet* yang dibagikan akun @PartaiSocmed

Hasil analisis Drone Emprit, dari *Social Network Analysis* (SNA) untuk percakapan #Jokowi2Periode dengan jumlah percakapan yang relatif lebih sedikit. Ada dua *cluster* yang kontra dan cukup aktif dalam melakukan *retweet* meski *opinion leadernya* tidak sebanyak dalam percakapan #2019GantiPresiden. *Cluster* yang pro, *opinion leadernya* tidak terlalu terkenal dan akun yang biasanya aktif dalam *cluster* pemerintah tidak muncul.

Salah satu akun unik di *twitter* dengan *username* @PartaiSocmed yang cenderung pro pemerintah, namun dalam peta *Social Network Analysis* (SNA) akun ini berada diantara kedua *cluster*. *Posting tweet* yang dibagikan ternyata juga banyak *diretweet* oleh *netizen* yang berada dalam *cluster* kontra. *Posting* pesan yang aktif dibagikan oleh akun @PartaiSocmed mengandung *hashtag* #Jokowi2Periode namun berisi kritikan kepada para pendukung Jokowi. *Tweet* yang diposting akun @PartaiSocmed mengungkapkan, “Pendukung @jokowi harus sadar tak ada gunanya berbusa2 posting puja – puji dan main hestek #Jokowi2Periode jika di lapangan premium menghilang dari SPBU. Tak semua pemilih Jokowi main sosmed”.

Dari argumen yang diberikan oleh akun @PartaiSocmed ini mengungkapkan bahwa mainan *hashtag* sampai berbusa – busa tidak akan berdampak jika di lapangan, premium masih langka. *Opinion leader* dari akun ini sadar bahwa tak semua pemilih Jokowi bermain sosial media dan ini merupakan *self-critics* yang membangun dan banyak dijamin oleh *cluster* kontra.

#2019GantiPresiden
Berita Paling Banyak Dibagi

Most Shared URL:

URL	Engagements
https://bit.ly/2G6o6f6 Peta Kaso #2019GantiPresiden, Amari Rais Mau Ribu Ribu, Ratus https://bit.ly/2G6o6f6 (289 times)	2,385
https://bit.ly/2ZDMC22 Jokowi Minta Nganti Kita, Kaso Kaso Warga! Solusi Muband #2019GantiPresiden SETUJUT HOTS (di 2019GantiPresiden) https://bit.ly/2ZDMC22 (110 times)	2,363
https://bit.ly/2ZDMC22 Jokowi Minta Nganti Kita, Kaso Kaso Warga! Solusi Muband #2019GantiPresiden SETUJUT HOTS (di 2019GantiPresiden) https://bit.ly/2ZDMC22 (110 times)	2,144
https://bit.ly/2ZDMC22 Jokowi Minta Nganti Kita, Kaso Kaso Warga! Solusi Muband #2019GantiPresiden SETUJUT HOTS (di 2019GantiPresiden) https://bit.ly/2ZDMC22 (110 times)	2,144
https://bit.ly/2ZDMC22 Jokowi Minta Nganti Kita, Kaso Kaso Warga! Solusi Muband #2019GantiPresiden SETUJUT HOTS (di 2019GantiPresiden) https://bit.ly/2ZDMC22 (110 times)	2,144
https://bit.ly/2ZDMC22 Jokowi Minta Nganti Kita, Kaso Kaso Warga! Solusi Muband #2019GantiPresiden SETUJUT HOTS (di 2019GantiPresiden) https://bit.ly/2ZDMC22 (110 times)	2,144

#2019GantiPresiden
Akun Paling Banyak Mendapat Response (RT, Like, Reply)

Account	Engagements
@MardaniAlisera	2,385
@BangPino_	2,363
@NetizenTofa	2,144
@RajaPurwa	2,144
@maspiyuuu	8,585

Dalam *cluster* pro #2019GantiPresiden, akun *twitter* Mardani Ali Sera termasuk dalam akun yang paling banyak mendapat respon (*RT, Like, Reply*) dan sering membagikan artikel melalui portal berita yang banyak di-*share* di *twitter*. Politikus PKS, Mardani Ali Sera mengajak *netizen* untuk fokus pada topik pergantian Presiden 2019. Sedangkan di sisi lain, Presiden PKS, Sohibil Iman melalui *tweet* yang dibagikannya mencoba melunakkan *hashtag* #2019GantiPresiden dengan argumen realistis bahwa saat ini belum ada paslon alternatif dan kedudukan petahana masih sangat kuat.



Akun *twitter* milik Mustofa Nahrawardaya juga *memposting* pesan yang masuk dalam akun paling banyak mendapat respon (*RT, Like, Reply*). Cuitan yang dibagikan mendapatkan respon mencapai hingga 2.648 *engagement*. *Posting* pesan ini berisi, “*Dugaan*

saya, nanti ada admin grup WA atau admin grup FB YANG mengatasnamakan #2019GantiPresiden ditangkap aparat. Persis kasus Saracen dan MCA. Trus beritanya diblow up selama setahun, agar ada kesan kuat gerakan tersebut ILEGAL. 😊😊😊
“Silahkan disimpan tweet saya ini.”

Dari tweet yang dibagikan pada tanggal 7 April 2018 ini, mendapatkan respon sebanyak 251 tanggapan, 1.899 retweets, dan 3.038 likes. Pada saat tweet ini diposting, beredar gimmick bahwa terdapat grup Whatsapp yang mengatasnamakan Ganti Presiden 2019. Tweet dari Mustofa Nahrawardaya menunjukkan sindiran kepada aparat bahwa admin grup Whatsapp akan ditangkap seperti halnya dengan kasus Saracen (Oknum penyebar kebencian konten SARA) dan MCA (Muslim Cyber Army). Cuitan ini menanggapi adanya isu dari beberapa pihak yang mengaitkan hashtag #2019GantiPresiden dengan gerakan berbau makar. Ada grup Whatsapp Ganti Presiden 2019 yang menyertai isu tersebut. Kelompok pendukung Jokowi sempat ingin membawa wacana tersebut untuk dibawa ke ranah hukum, namun sejauh ini sulit untuk melihat wacana tersebut sebagai upaya makar karena isu yang bergulir tersebut tidak lain hanya sebuah wacana alternatif yang dihadirkan oleh pihak yang mengalami kontradiksi dengan pemerintah. Isu ini dapat dikatakan sebagai bentuk atas rasa ketidakpuasan terhadap kepemimpinan Jokowi.

Persinggungan sering terjadi pada antar kelompok yang tergelar secara berhadapan – hadapan dengan saling melontarkan dukungan terhadap tokoh tertentu. Di sisi lain juga terlihat cemoohan terhadap tokoh yang dianggap tidak berkenan di hati. Hashtag pergantian Presiden yang ramai dan viral diperbincangkan menjadi alat ukur tensi politik masyarakat saat ini. Ruang publik virtual menjadi arena kritis untuk deliberasi online. David dan Owen (1998), mengklaim internet selain menciptakan deliberasi inklusif, diskusi berlangsung pada kelompok mereka sendiri, diwarnai gejolak yang tinggi, posting pesan secara agresif dan menghina, partisipasi yang tidak representatif. Tesis Wilhelm yang sejalan dengan tesis Barber (1999) menyatakan bahwa karakteristik diskusi secara online ditandai dengan berbicara tanpa mendengarkan, membenarkan ketimbang mempersoalkan dogma, serta memvonis ketimbang meyakinkan musuh.

Perang hashtag yang tidak terhindarkan dari pendukung antar kelompok menjadikan perang ide dan gagasan. Setelah hashtag #Jokowi2Periode, muncul kembali hashtag baru #2019TetapJokowi.

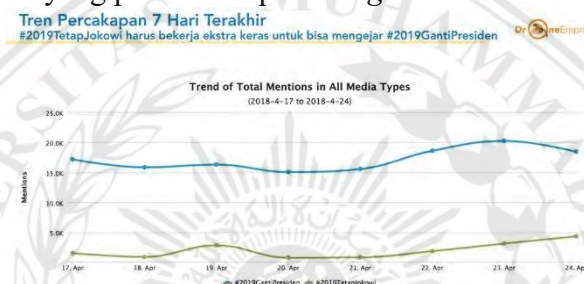


Gambar 11. Posting tweet @sudjiwotedjo menjadi status populer dan most retweet

Sudjiwo Tedjo, seorang Budayawan yang menyampaikan kritiknya terhadap hashtag #2019TetapJokowi sebagai lawan dari hashtag #2019GantiPresiden melalui akun twitternya (@sudjiwotedjo). Dalam cuitannya, Sudjiwo Tedjo mem-posting “#2019GantiPresiden kok dilawan dgn #2019TetapJokowi? Secara #Math ini nggak ketemu. Mestinya

#2019GantiPresiden lawannya #2019TetapPresiden.. kecuali kalau #2019GantiJokowi.. Baru vs-nya #2019TetapJokowi... Kurikulum pendidikan #Math bangsamu perlu agak dianu”. Posting ini banyak menuai pro dan kontra dari kedua pendukung masing – masing kelompok. Posting yang dilakukan pada tanggal 24 April 2018 ini ramai ditanggapi oleh netizen dengan 517 komentar, 3.314 retweets, dan 3675 likes. Dari respon yang ditunjukkan netizen, cuitan ini menjadi status populer dengan hashtag #2019GantiPresiden dan mendapat retweet terbanyak dengan hashtag #2019TetapJokowi.

Dari banyaknya tanggapan yang mempertanyakan logika mengenai ketidakcocokan hashtag #2019GantiPresiden dilawan dengan hashtag #2019TetapJokowi, Sudjiwo Tedjo memposting pesan baru yang menjelaskan logika dari kedua hashtag tersebut. Dalam cuitan terbarunya, Sudjiwo Tedjo menyampaikan “Bila #2019GantiPresiden dibalas #2019TetapPresiden itu artinya satu kubu ingin berubah jd kerajaan, presiden diganti raja, kubu lain tetap ingin republik.. Ini akan lebih mendasar.. Dan lebih lakik!!!! Heuheuheu.. IQ? IQ? IQ”. Sebenarnya status Sudjiwo Tedjo cenderung netral, namun cukup mendapat banyak respon dari cluster yang pro terhadap hashtag #2019GantiPresiden.



Grafik 4. Tren percakapan #2019TetapJokowi dan #2019GantiPresiden

Jika dibandingkan dengan hashtag #2019GantiPresiden, ternyata hashtag #2019TetapJokowi kurang mendapatkan respon. Volume dan tren hashtag #2019TetapJokowi masih kalah jauh dengan hashtag #2019GantiPresiden. Percakapan di twitter terkait #2019GantiPresiden terdapat 400 ribu kali dan terkait #2019TetapJokowi hanya 20 ribu kali. Munculnya Sudjiwo Tedjo yang turut memberikan tanggapannya mengenai hashtag ini menunjukkan bahwa #2019GantiPresiden sudah bukan lagi sebagai milik salah satu pihak, dalam hal ini milik PKS. Partai ini dianggap sebagai penggerak utama hashtag sebagai bentuk narasi demokrasi.

Kampanye melalui twitter dengan berbagai perang hashtag dari antar kelompok pendukung dirasa cukup efektif, khususnya untuk membangun sebuah gagasan atau narasi bersama. Hashtag ternyata sudah tidak lagi terisolasi dalam dunia maya, namun sudah merambah hingga dunia nyata dalam bentuk kaos, sticker, pin, dan lain sebagainya. Pidato dari Jokowi yang memberikan tanggapan terhadap kaos dan hashtag ini merupakan salah satu bukti bahwa kekuatan hashtag sudah mampu merambah kemana – mana. Hashtag mulai tidak bisa diabaikan kekuatannya, khususnya hashtag #2019GantiPresiden ini. Jika percakapan dengan hashtag ini semakin tinggi, maka hal ini dapat dianggap sebagai sinyal bahwa terdapat keinginan besar pada publik akan adanya sebuah perubahan pada tahun 2019.

c. Perdebatan Politik Menimbulkan Kekerasan dalam Demokrasi Deliberatif

Pemilihan Presiden yang akan dilakukan setahun lagi tetapi hashtag #2019GantiPresiden yang ramai di internet maupun dunia nyata dengan kaus – kaus

kelompok oposisi sejak beberapa bulan terakhir menciptakan segregasi luar biasa antara pendukung Jokowi dan kelompok yang menginginkan pergantian Presiden. Dunia *virtual* yang setiap hari tak henti diwarnai dengan berbagai komentar dari penggunaanya seringkali menimbulkan reaksi pro dan kontra dengan diwarnai topik *flaming*, kekerasan simbolik, dan SARA.

Sebuah artikel yang dirilis oleh *bbc.com* (2017), berjudul *Dari Bani Daster sampai IQ 200 Sekolam, 'Kamus Nyinyir' Berbagai Istilah di Medsos yang Diperbaharui* tertulis terdapat beberapa istilah yang digunakan untuk melabeli dan menyerang lawan politiknya. Yang paling umum dan sering muncul di media sosial akhir – akhir ini untuk “merepresentasikan” kedua kubu adalah kecebong untuk sebutan kubu Jokowi dan kampret untuk sebutan kubu Prabowo.



Gambar 12. *tweet* labelisasi terhadap kubu Jokowi dan Oposisi

Julukan olok – olok kecebong yang melahirkan julukan tandingan kampret memiliki histori dari masing – masing kubu. Labelisasi kecebong diberikan kepada kubu Jokowi karena hobi Jokowi memelihara kodok sehingga para pengikutnya disebut kecebong. Sedangkan labelisasi kampret diberikan kepada kubu oposisi yang tidak diketahui secara pasti mengapa kelompok *hashtag* #2019GantiPresiden ini disebut dengan kampret. Kemungkinan sebutan ini merujuk pada pembentukan Koalisi Merah Putih (KMP) dan kubu kontra menyebut dengan mudah istilahnya menjadi kampret.

Masyarakat yang dulunya apatis terhadap politik dengan adanya kemunculan kedua tokoh tersebut seketika menjadi “melek politik”. Bahkan dalam dunia *virtual*, kedua kubu yang saling serang dan adu argumentasi tidak jarang saling melemparkan caci maki dan kata – kata kasar mengarah kepada *flaming war*. Mereka saling menyerang dan mematikan akun – akun yang sering dianggap menyebarkan berita yang provokatif.

Akun *twitter* @rockygerung yang memberikan cuitannya “bila anda dibully oleh gerombolan beringas ber-IQ 200 (digabung 1 kolam), tertawalah sekeras – kerasnya. Itulah cara menghormati badut. :)”. Kemudian disusul dengan *posting tweet* dari platform berita @detikcom yang memposting “Kecebong-Kampret, Berdamailah!” yang disertai dengan tautan gambar. Dalam postingan yang diberikan oleh Rocky Gerung, seorang dosen dari salah satu universitas terkemuka tersebut menyebut kubu Jokowi “sekolam” tepatnya “IQ 200 Sekolam” sebagai sebuah metafora lucu yang berarti banyak makhluk di dalam suatu komunitas namun total IQ hanya 200 saja sehingga mendapatkan julukan “Bong 200”. Frasa yang berawal dari cuitan Rocky Gerung ini masih terus muncul dan banyak dikutip luas dalam cuitan – cuitan sesudahnya.

Munculnya labelisasi yang diberikan kepada antar kubu dapat disebut dengan kekerasan simbolik. Simbol sebagai mekanisme representasi yang dapat berwujud tekstual,

visual, warna, atau bunyi. Kekerasan simbolik adalah mekanisme komunikasi yang ditandai dengan relasi kekuasaan yang timpang dan hegemonik dimana pihak yang satu memandang dirinya lebih superior baik dari segi moral, ras, etnis, agama, usia, maupun jenis kelamin. Kekerasan simbolik mengarah kepada hubungan atau komunikasi yang sewenang – wenang diantara kedua pihak. Dalam hal kekerasan simbolik ini, hubungan yang terjalin berkaitan dengan pencitraan pihak lain yang bias, monopoli makna, dan pemaksaan makna baik secara tekstual, visual, maupun warna.

Masifnya labelisasi yang digunakan di media sosial ini sebagai dampak langsung penggunaan media sosial sebagai alat kampanye dan saling menjatuhkan lawan politik. Sebutan *Cebong* dan *Kampret* awalnya digunakan oleh pendukung antar kubu untuk mengelompokkan perbedaan pilihan politik masyarakat. Dua labelisasi tersebut cukup meramalkan situasi politik menjelang pemilu. Upaya dalam membangun sinisme dan ekspresi politik memang dipakai untuk saling mengidentifikasi dan membedakan dengan tegas satu kelompok dengan yang lainnya.

Para pendukung kandidat dalam pemilu di negara yang dianggap matang dalam berdemokrasi diharapkan untuk lebih kritis dalam mengamati ide – ide serta gagasan calon pemimpinnya. Dalam era demokrasi deliberatif, masyarakat bertarung pada level ide, gagasan, kebijakan yang akan diimplementasikan dan bukan pada level identitas serta labelisasi. Fenomena labelisasi ini dinilai menjadi salah satu indikator sistem demokrasi di Indonesia yang masih perlu diperbaiki. Level demokrasi Indonesia belum sepenuhnya sampai pada level ide dan gagasan sebagai komoditas utama dalam pertarungan, tetapi masih identitas yang bahkan diperparah dengan labelisasi yang diproduksi secara tidak jelas.

Kekerasan yang terjadi dalam perdebatan politik ini tidak hanya berhenti pada ranah kekerasan simbolik dengan saling serang dan menyebut labelisasi masing – masing di media sosial. Kekerasan yang terwujud secara nyata juga terjadi ketika kedua kubu tersebut saling bertemu dalam suatu arena. *Car Free Day* (CFD) sebagai hari bebas kendaraan tak luput juga dari kegiatan politik.



Gambar 13. Posting tweet Tsamara Amany Alatas

Hashtag #2019GantiPresiden berlawanan dengan hashtag #DiaSibukKerja yang hadirnya dianggap sebagai dua sisi yang tidak harus saling meniadakan. Pada hari Minggu, 29 April 2018, ironisnya justru ketika dua kelompok pendukung masing – masing gerakan hashtag dengan atributnya menggunakan kaos hashtag yang berlangsung di *Car Free Day* (CFD) di sekitaran Bundaran HI Jakarta. Gerakan dari kedua kelompok ini menjadi *viral* karena beredarnya sebuah video di *twitter*.

Dalam video yang *viral* menampilkan kelompok berkaos #2019GantiPresiden yang kemudian dianggap mengintimidasi kelompok berkaos #DiaSibukKerja. Dalam video yang

beredar, ada seorang ibu yang sedang berjalan bersama anaknya dari kelompok berkaos #DiaSibukKerja dan dikerumuni oleh sekelompok orang berkaos #2019GantiPresiden dengan perlakuan yang kurang baik, dipersekusi hingga anaknya menangis karena merasa tertekan. Kemudian kelompok #2019GantiPresiden juga terlihat menghalang – halangi seorang pria lain dengan pakaian yang juga berkaos #DiaSibukKerja. Pria yang dirundung tersebut dipaksa mengaku bahwa Ia telah dibayar oleh pemerintah dan dicerca serta diteriaki “kecebong”. Beberapa pria yang mengelilinginya juga mengibar – ngibarkan sejumlah uang sambil berkata “*udah bilang aja, dibayar kan?*” dan disahut dengan pria yang dirundung, “*Saya enggak dibayar. Beneran.*”

Ketua DPP PSI, Tsamara Amany Alatas dalam akun *twitter*nya @TsamaraDKI memberikan dukungannya kepada seorang Ibu dan Anaknya yang menjadi korban perisakan dalam peristiwa yang terjadi di CFD ini. Tsamara Amany Alatas *memposting* pesan, “*Saya salut dengan seorang ibu yang menggunakan kaos #DiaSibukKerja dalam video ini. “Kita tidak akan pernah takut!” katanya. Lawan intimidasi!!!”*. Dalam *tweet*nya, Tsamara mencantumkan tautan video yang *viral* mengenai perisakan kepada kelompok #DiaSibukKerja. Tautan video ini telah dilihat pengguna *twitter* sebanyak 8.500 *views*. Dari *tweet* ini, respon yang didapat mencapai sekitar 1.000 komentar, 2.369 *retweets*, dan 2.768 *likes*. Dari peristiwa yang terjadi ini tidak dapat dipisahkan dari aktivitas sensasi politik menjelang Pemilihan Presiden 2019. Namun, peristiwa ini juga mengungkapkan bagaimana stimulus *hashtag* dalam kekuatan kontestasi sangat terasa dampaknya.

Habermas, Putnam, dan Sunstein (2001; 2003) pernah membayangkan bahwa internet membahayakan demokrasi dengan meningkatkan fragmentasi (sosial dan moral), polarisasi politik, permusuhan, kekerasan, *cyberbalkanization*, dan mengancam stabilitas sosial. Sedangkan Geiger (2009) menemukan bahwa antar penghuni ruang publik *virtual* terintegrasi dan melakukan aksi politik kolektif. Internet sebagai ruang publik *virtual* dibangun dan disatukan tidak hanya melalui diskursus, tetapi juga oleh agregasi algoritma (dalam *twitter* seperti fitur *hashtag*).

Dari *hashtag* level pertama hanya untuk lucu – lucuan seperti #2019GantiIstri dan #2019TambahUangIstri, level ini tersebar melalui media sosial hanya sebagai konsumsi pribadi dan menghibur diri sendiri. Pada level insidental seperti #2019TetapJokowi dan #DiaSibukKerja yang muncul karena kelompok pendukung Jokowi melakukan *rebranding* sesuai dengan kondisi dan tempat untuk *counter opinion*. Bahkan ketika *Car Free Day* menjadi ajang pertarungan gagasan, ide, dan keselarasan simbolik secara sistematis. Sedemikian rupa cara dilakukan untuk menggerus opini publik dengan *viral*nya berbagai *hashtag* menjelang pemilihan Presiden 2019.

d. Internet sebagai *Public Sphere* yang Melahirkan Demokrasi Kopdar

Public sphere adalah suatu tempat dimana masyarakat bisa berinteraksi, bersosialisasi, bertukar ide, berdiskusi mengenai suatu isu secara bebas sebagai basis terbentuknya opini publik dan mencapai kesepakatan mengenai isu yang menyangkut kepentingan bersama. Kelebihan yang ditawarkan oleh internet sebagai *public sphere* yang mudah dan efektif untuk diakses ternyata tidak cukup untuk menjamin bahwa penyampaian ide, gagasan, dan opini tersebut dapat diterima oleh khalayak umum. Penyampaian opini dan gagasan hingga terbentuknya diskusi yang terjadi di *public sphere* terkadang bersifat dangkal dan pembahasan suatu isu terkesan tidak mendalam. Banyak *tweet* yang bernada menghujat

tanpa memiliki pengetahuan mendalam dan menjadikan diskusi tidak dapat terjalin dengan baik dan sulit tercapainya keputusan yang terbaik demi kepentingan bersama.



Gambar 14. Kopi Darat Relawan #2019GantiPresiden VS #2019TetapJokowi

Menjelang Pemilihan Presiden 2019 yang semakin diramaikan dengan berbagai gerakan dari kedua kubu yang secara umum semakin menegaskan posisi, ekspresi politik, dan kepentingannya. Dengan carut – marutnya debat alot yang sering terjadi antar kedua kubu pendukung *hashtag* #2019GantiPresiden dan *hashtag* #2019TetapJokowi menawarkan untuk melakukan kopi darat dan membahas berbagai perdebatan yang terjadi di internet. Dilansir dari Detik.com (21/042018), relawan #2019GantiPresiden bertemu dengan relawan #2019TetapJokowi dalam sebuah acara diskusi yang tetap diwarnai dengan saling kritik jagoan masing – masing yang terlontar saat kedua pendukung kubu tersebut saling bertemu. Pertemuan dengan tema diskusi ‘Fenomena Gerakan #2019TetapJokowi VS #2019GantiPresiden’ yang berlangsung di sebuah restoran tersebut dihadiri oleh Ray Rangkuti.

Kedua kubu saling menyampaikan argumentasi masing – masing yang tidak dapat terselesaikan melalui ruang publik *virtual* dan menginginkan diskusi yang sehat. Diskusi untuk menanggapi *hashtag* yang diusung oleh kedua kubu tersebut dinilai sebagai perang *hashtag* yang positif namun kurang substansif. Dengan adanya #2019TetapJokowi dan #2019GantiPresiden, perang *hashtag* ini positif namun kurang menarik karena langkah tersebut belum mencapai ke arah konstruktif. Perbincangan dari relawan kedua kubu masih berisi asumsi – asumsi setelah Pilpres 2014 dan memuncak di Pilkada 2017, hingga berlanjut pada Pilpres 2019. Konflik yang terjadi pada masa pemerintahan dan isu – isu SARA yang banyak mendominasi diperbincangkan di ruang publik *virtual* sehingga suasana politik terkesan menjadi tidak mendidik masyarakat.

Fragmentasi yang terjadi dalam masyarakat menjadi kelompok – kelompok tersendiri yang terjadi di *platform twitter* sebagai *public sphere*. Pengguna *twitter* yang ter-fragmentasi dan sulit untuk mencapai kesepakatan dalam suatu perdebatan isu menemui kategorisasi masing – masing, yaitu pro, kontra, pengamat, dan tidak peduli karena menganggap bukan permasalahannya. Diskusi yang berjalan di ruang publik *virtual* ditindaklanjuti melalui diskusi kopi darat (kopdar) untuk mengejawentahkan dan membumikan diskusi. Forum tatap muka ini bertujuan untuk membahas hal – hal krusial yang tidak dapat diselesaikan melalui diskusi ruang publik *virtual*, sehingga dapat dijadikan sebuah usulan yang dapat didengar.

Memang ruang publik yang ditawarkan oleh internet memiliki kelebihanannya, tanpa sekat dan menembus ruang. Namun ruang publik *virtual* tidak menawarkan berbagai penyelesaian dengan hanya saling membalas *mention* (cuitan) yang menjadi bagian dari

diskusi yang kerap berjalan secara panas dan alot. Diskusi secara konvensional dengan saling mempertemukan berbagai pihak yang saling bersangkutan masih dianggap ampuh menemukan solusi atas berbagai argumentasi. Diskusi konvensional dengan frasa modern kopi darat ini, cenderung terbatas peserta dan partisipasinya namun pembahasan yang ditawarkan luas dan dalam sejauh pesertanya memiliki pengetahuan dan ikut ambil bagian dalam diskusi tersebut.

Memang dalam berdiskusi, masing – masing pihak yang mengikuti diskusi perlu juga untuk menggunakan etika dan norma – norma agar diskusi yang dilakukan berbuah hasil, bukan hanya sebuah diskusi yang tanpa isi, dan bisa menambah wawasan dan pengetahuan bagi pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam diskusi tersebut. Diskusi sebagai wadah dan sarana bertukar opini, gagasan, dan pendapat terhadap suatu topik permasalahan membutuhkan suatu kesadaran yang perlu dimengerti dan ditanamkan pada peserta diskusi untuk saling menghargai perbedaan pendapat yang pasti akan selalu ada. Akan ada pihak pro terhadap suatu permasalahan, akan ada pihak yang kontra, demikian juga akan ada pihak yang berada di wilayah abu – abu. Masing – masing memiliki alasan dan argumen atas posisi yang dipilih tersebut.

e. Internet Mendorong Terbentuknya Integrasi dan Disintegrasi Virtual

Perang *hashtag* menjelang pergantian periode kekuasaan termasuk wacana dari sebuah pertarungan kuasa. Ketika sudah masuk dalam tataran *public sphere*, maka *hashtag* mengalami reproduksi yang mengisi ruang publik secara dinamis. Dengan kata lain, *hashtag* adalah sumber produksi wacana yang selalu berefek pada sistem kekuasaan politik. Salah satunya *hashtag* #2019GantiPresiden merupakan proposisi teks yang tersebar melalui pesan, media sosial, kaos, meme, spanduk, dan simbol lainnya. Bahkan, wacana *hashtag* ini tak bisa dikalahkan walaupun sudah banyak yang membuat *hashtag* lain, seperti permainan kata – kata dan pertarungan kepentingan antar kelompok.

Para pendukung pro pemerintah tentu tak mau kalah dalam perang *hashtag* ini. *Hashtag* tandingan #2019TetapJokowi tidak mampu bertahan lama sehingga para pendukung Jokowi secara cerdas dan nakal mengubah #2019GantiPresiden menjadi #2019TetapGantiPresidenJokowi. Pendukung Jokowi kemudian memunculkan *hashtag* baru #DiaSibukKerja. *Hashtag* ini dari sisi pemasaran politik dapat dilihat sebagai bentuk *rebranding* dari *tagline* yang diusung oleh Jokowi “kerja....kerja....kerja....”. *Rebranding* dilakukan untuk penguatan produk, pembeda atas produk lawan, dan dalam *hashtag* #DiaSibukKerja dimaksudkan untuk menandingi gerakan #2019GantiPresiden.

Kuatnya *hashtag* #2019GantiPresiden dapat dilihat dari gerakan masif di berbagai kota yang dikemas dalam kegiatan *Car Free Day* (CFD). Karena situasi saat CFD yang ramai, mengundang berbagai kelompok untuk menggelar aneka kegiatan. Dengan alasan yang simpel, ratusan bahkan ribuan orang berkumpul saat CFD dan mendatangkan khalayak sebanyak itu tentunya tidak mudah. Khalayak yang demikian banyak potensial untuk dijadikan target kegiatan apapun, mulai dari menjual barang, sosialisasi kegiatan, kegiatan komunitas, hingga kampanye partai politik. Di kota – kota besar seperti Jakarta, Bandung, Solo, Semarang, Surabaya dan kota lainnya, masyarakat secara sukarela bergerak melakukan pawai mendukung gerakan *hashtag* menjelang pemilihan pergantian Presiden. Secara natural, gerakan ini tumbuh dimana – mana sebagai bentuk kesadaran atas perlunya figur seorang presiden baru.



Gambar 15. Posting tweet akun @luckysubiakto

Akun *twitter* bernama Lucky J. Subiakto membagikan cuitannya dengan mencantumkan tautan berupa video suasana *Car Free Day* (CFD). Posting tweet berisi, “Bermula dari pesan berantai di WA, tanpa orasi, tanpa korlap, tanpa di bayar, tanpa di suruh2, berangkat dari hati, hanya untuk satu keinginan bersama, #2019GantiPresiden. Tetap jaga kewaspadaan”. Tautan video dalam cuitan Lucky J. Subiakto yang menunjukkan keadaan riuh dengan para pendukung *hashtag* #2019GantiPresiden. Posting ini dilakukan pada tanggal 28 April 2018 dengan mendapat respon sebanyak 310 tanggapan, 2.105 *retweets*, dan 3.301 *likes*.

Aksi yang dilakukan oleh pendukung gerakan #2019GantiPresiden sempat mendapat larangan dan muncul kepanikan dari kubu pemerintah. Kegiatan yang semula dianggap sekedar main – main dan diremehkan, atau dalam bahasa Presiden Jokowi “*masak kaos bisa sampai ganti Presiden*,” telah menjadi gerakan yang mengkhawatirkan dan menakutkan. Aksi atau gerakan ini dianggap *real* dengan aksi kecil – kecilan dan insidental. Secara kelompok resistensi dalam suatu masyarakat dapat terwujud secara struktural dimana budaya masyarakat tertentu memiliki kekuatan untuk mempertahankan eksistensinya ketika merasa tidak nyaman dengan sesuatu yang mendominasi. Dengan aksi gerakan yang terorganisir melalui *hashtag* di *platform twitter*, individu dapat terlibat dalam suatu gerakan yang disatukan melalui *hashtag* tertentu.

Internet menggalang solidaritas *virtual* dan kepedulian bersama dengan cara berbagi informasi. Spirit semacam ini mencairkan kantong – kantong deliberasi dan membuat opini publik “melengking”. Anggota komunitas *online* (*cybermass*) begitu kompleks, beragam partisipasi, dan tidak kehilangan kegiatan di konteks dunia nyata (Bruns, 2007). Ruang publik *virtual* memberikan dukungan emosi dan persahabatan, dukungan sosial, fisik dan mental, saran, informasi, dan rasa memiliki. Rasa berbagi sosial ini menyebabkan penghuni ruang publik *virtual* merasa memiliki kerelaan terhadap respon dukungan tertentu. Pertukaran informasi dan dukungan sosial, serta fisik dan mental memudahkan penghuni ruang publik *virtual* untuk menggalang aksi kolektif dan kerjasama.

Penghuni ruang publik *virtual* saling memberikan informasi, dukungan, persahabatan, dan rasa memiliki kepada orang yang hampir tidak dikenalnya secara *face to face* di dunia nyata atau orang asing. Sekitar 58% pesan datang dari orang asing atau belum dikenal di dunia nyata (Finholt & Sproull, 1990). Ketersediaan untuk berkomunikasi dengan orang asing secara *online* kontras dengan situasi *offline* yang biasanya orang – orang enggan turut campur dan membantu orang – orang asing.

Geiger (2009) menemukan bahwa antar penghuni ruang publik *virtual* terintegrasi dan melakukan aksi politik kolektif. Internet sebagai ruang publik *virtual* dibangun dan

disatukan tidak hanya melalui diskursus, tetapi juga oleh agregasi algoritma (dalam *twitter* seperti fitur *hashtag*). Internet menciptakan ruang publik *virtual* yang mampu membangun komunitas *virtual*. Sebuah komunitas yang dihuni oleh koloni yang sebagian besar tidak bertemu secara fisik dan tidak saling mengenal (*face to face*). Mereka terkoneksi oleh *online tools* dan diintegrasikan oleh agregasi algoritma seperti *following*, *followers*, *hashtag*, *retweet*, *likes*, *hyperlink*, dan lainnya.

Dari *hashtag* level pertama hanya untuk lucu – lucuan seperti #2019GantiIstri dan #2019TambahUangIstri, level ini tersebar melalui media sosial hanya sebagai konsumsi pribadi dan menghibur diri sendiri. Pada level insidental seperti #2019TetapJokowi dan #DiaSibukKerja yang muncul karena kelompok pendukung Jokowi melakukan *rebranding* sesuai dengan kondisi dan tempat untuk *counter opinion*. Bahkan ketika *Car Free Day* menjadi ajang pertarungan gagasan, ide, dan keselarasan simbolik secara sistematis. Sedemikian rupa cara dilakukan untuk menggerus opini publik dengan *viral*nya berbagai *hashtag* menjelang pemilihan Presiden 2019.

Menurut Taylor (2004), saat ini *hashtag* menjadi simbol untuk menggerakkan pengguna media sosial dan seringkali digunakan oleh para politisi untuk mempengaruhi persepsi pengguna media sosial khususnya *followers*-nya. Dalam bahasa Clay Shirky (2012), pakar media sosial dari New York University, *hashtag* memiliki kekuatan ampuh untuk membentuk “*shared awareness*” yang bisa berujung pada gerakan massa yang konkrit seperti demonstrasi politik, aksi kepedulian, kampanye politik, kampanye sosial, dan lain sebagainya. Ketika *shared awareness* mengenai suatu isu sosial sudah dirasakan *urgensinya* oleh masyarakat dan mencapai *tipping point*, maka isu tersebut menjadi *viral*, kemudian akan menjalar dengan cepat dan mengkristal menjadi gerakan massa dengan skala yang besar.

Twitter dengan fitur *hashtag* sebagai sarana yang mampu menguatkan masyarakat sipil dan ruang publik. Melalui kekuatan *hashtag* ini, kelompok – kelompok masyarakat yang berjumlah besar dan longgar mampu “bersatu” untuk melakukan gerakan massa seperti gerakan politik atau kampanye tanpa harus membentuk organisasi formal. Integrasi yang terbentuk secara *virtual* ini merevisi teori integrasi sosial dan konsep masyarakat Durkheim dan Tonnies (1934), yang menekankan aspek mental, emosional dan kedekatan fisik, keakraban, moralitas normatif berdasarkan ruang dan waktu sebagai bangunan integrasi. Integrasi *virtual* ditandai dengan berbagi kepentingan dan berinteraksi satu sama lain melalui perangkat *online* yang tersedia di ruang publik *virtual*. Etzioni dan Etzioni (1999), menyatakan bahwa masyarakat *virtual* berbeda dengan konsep Durkheim dan Tonnies yang didasarkan pada keakraban (*face to face*). Bagi Tonnies (1998), masyarakat terbentuk atas dasar kesamaan, kekerabatan, tempat tinggal, dan budaya (etnis, agama, bahasa, dan sebagainya). Komunitas *digital* dibingkai oleh interaksi *virtual* yang disengaja berdasarkan kepentingan. Menurut Bagozzi dan Dholakia (2002), elemen penting komunitas *virtual* bukan hubungan sosial, tetapi partisipasi.

Twitter yang telah menjadi bagian dalam setiap kehidupan masyarakat termasuk ranah politik yang bisa dimanfaatkan untuk sarana komunikasi, mempromosikan diri, sosialisasi, termasuk promosi ‘kubu’ tertentu untuk membangun citra tokoh yang didukung. Pemanfaatan media sosial untuk berpolitik biasanya akan terlihat ketika akan diselenggarakannya pemilu untuk kampanye politik.

Selain terjalannya integrasi *virtual*, *hashtag* pergantian presiden yang menyebar secara masif juga menimbulkan disintegrasi *virtual*. Alam demokrasi yang juga dipenuhi

dengan politik kebencian (*politics of hate*) makin menguat menjelang pilpres 2019, seperti terbelahnya persepsi masyarakat tentang kelayakan kepemimpinan nasional dan maraknya tindakan intoleransi dalam kehidupan berpolitik. Politik kebencian juga merupakan wujud dari sebuah rancangan propaganda yang direkayasa sedemikian rupa untuk meraup dukungan suara. Namun, dalam praktik politik seperti ini bila tidak terkendali dapat melahirkan perpecahan serta membawa dampak politik dan sosial yang berkepanjangan. Sebuah laporan *Amnesty International* yang berjudul *The State of The World's Human Rights*, politik kebencian di Indonesia merupakan rangkaian fenomena global berupa lahirnya pemimpin populis kanan yang mengeksploitasi retorika kebencian seperti dalam kasus Donald Trump di Amerika Serikat. Di Indonesia sendiri politik kebencian tersebut mengeksploitasi isu politik identitas, sentimen moralitas agama dan nasionalisme sempit oleh aktor negara dan non-negara yang mengajak pengikut mereka dan masyarakat luas untuk membenci mereka yang dianggap berbeda. Menyambut pesta demokrasi pilpres 2019, politik kebencian diprediksi ritmenya akan semakin meningkat dan berpotensi untuk dikapitalisasi secara negatif oleh kelompok kepentingan tertentu, menyusul persaingan politik dengan penggunaan jargon dan tagar “2019 Ganti Presiden vs Tetap Presiden dua periode”.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Penggunaan internet sebagai *public sphere* dalam demokrasi deliberatif di Indonesia melalui paradigma definisi sosial menunjukkan bahwa tidak relevan. Weber menyatakan bahwa individu terintegrasi melalui aspek mental, emosional, dan kedekatan fisik, keakraban, moralitas normatif berdasarkan ruang dan waktu sebagai bangunan integrasi. Namun, integrasi yang terjadi dalam dunia virtual ditandai dengan keterhubungan sosial yang kurang/tidak akrab secara fisik dan minimnya moralitas normatif, tidak berbagi ruang secara fisik, tetapi berbagi kepentingan dan berinteraksi satu sama lain melalui perangkat *online* (*online tools*) yang tersedia.
- Penggunaan internet sebagai *public sphere* dalam demokrasi deliberatif di Indonesia menunjukkan kontribusi berupa terbentuknya ruang publik *virtual* yang bersifat universal, terbuka, dan dapat diakses oleh siapa saja, sehingga masyarakat tidak mengalami hambatan untuk menyampaikan opini dan gagasannya. Internet sebagai *public sphere* dan arena demokrasi deliberatif mengubah komunikasi dan partisipasi politik yang selama ini cenderung *top – down* menjadi *bottom up* dan terdesentralisasi. Perubahan seperti ini akhirnya akan meningkatkan partisipasi politik masyarakat.
- Platform *twitter* menjadi arena yang digunakan oleh masyarakat untuk melakukan demokrasi deliberatif dalam berbagai aspek, tidak terkecuali dalam aspek politik. Para tokoh politik berlomba – lomba mendulang massa sebanyak – banyaknya melalui fitur *hashtag* yang menggema luas dan menjadi *trending topic*. *Twitter* sebagai ruang publik *virtual* menjadi sebuah trend tersendiri dalam menghadirkan suasana politik dan arena kontestasi politik ketika menjelang pemilu pergantian Presiden. Dalam konteks politik, internet memberdayakan rakyat akar rumput (*grass root*) untuk menyuarakan pendapatnya dan sikap politiknya sendiri.

- Internet sebagai *public sphere* ternyata dapat membahayakan demokrasi dengan meningkatkan fragmentasi (sosial dan moral), polarisasi politik, permusuhan, kekerasan, *cyberbalkanization*, dan mengancam stabilitas sosial. Bahkan di Indonesia yang merupakan negara demokratis, ternyata masih ada aspek yang tidak cukup jika disampaikan dengan cara demokratis sehingga terjadi tindakan kekerasan baik secara simbolik maupun nyata hingga menyerang fisik.
- Diskusi dan perdebatan politik yang tak jarang berlangsung secara panas dan alot sehingga sulit untuk menemukan titik temu tetap membutuhkan adanya konvergensi antara dunia *online* dan *offline*. Diskusi konvensional yang bertransformasi menjadi kopi darat dipilih sebagai forum tatap muka yang bertujuan untuk menindaklanjuti carut – marutnya diskusi dan membahas hal – hal krusial yang tidak dapat diselesaikan melalui diskusi di ruang publik *virtual*.
- Melalui *hashtag* yang menyebar secara efektif di *platform twitter* juga menunjukkan bahwa antar penghuni ruang publik *virtual* yang terintegrasi melakukan aksi politik secara kolektif dan menggerakkan penggunaannya. Internet memberikan harapan positif bagi konsolidasi demokrasi di Indonesia dengan mengubah struktur dan pola komunikasi politik baik secara horizontal maupun secara vertikal.

Saran

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi para pengguna media sosial, diharapkan untuk lebih bijak dalam menggunakannya, beretika, dan tidak mudah terprovokasi oleh akun – akun yang tidak bertanggung jawab karena internet yang tidak jarang diwarnai gejolak yang tinggi, posting pesan secara agresif dan menghina, serta partisipasi yang tidak representatif.
2. Bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian, diharapkan adanya suatu kajian yang menggunakan pendekatan, basis teori, atau prosedur kerja yang berbeda, sehingga dapat ditemukan berbagai variasi data guna memperkaya dan memperluas pandangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara. 2018. *Efektivitas kampanye politik di media sosial*. <http://sumsel.antaranews.com/berita/273806/efektivitas-kampanye-politik-dimedia-sosial>. Diakses tanggal 09 April 2018.
- Bassette, J. 1980. *Deliberative Democracy: The Majority Principle in Republican*.
- Creswell, John W. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Detik.com. 2018. *Selamat Datang “Perang Hashtag”!*. <https://news.detik.com/kolom/d-3997657/selamat-datang-perang-hashtag>. Diakses pada tanggal 05 April 2018.
- Ferdinant, Peter. 2000. *The Internet, Democracy, and Democratization*. London: Frank Cass.
- Gutmann, Amy. and Thompson, Dennis. 2004. *Why Deliberative Democracy?*. Princeton NJ: Princeton University Press.

- Garnham, Nicholas. 1999. *Political Economy and Cultural Studies* in *The Cultural Studies Reader 2nd edition* (Simon During, ed.) London: Routledge.
- Habermas, Jurgen. 1962. *The Structural Transformation of the Public Sphere* (trans. Thomas Burger, 1989). *An Inquiry into Category of Bourgeois Society*. MIT Press, Cambridge.
- Habermas, J. 2000. *The Public Sphere*. dalam P. Maris, & S. Thornham (Penyunt.). New York: New York University Press.
- Hardiman, F. Budi. 1993. *Menuju Masyarakat Komunikatif*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hardiman, F. Budi. 2009. *Demokrasi Deliberatif; Menimbang 'Negara Hukum' dan 'Ruang Publik' dalam Teori Diskursus Jurgen Habermas*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hill, Kevin A. and Hughes, John E. 1998. *Cyberpolitics: Citizen Activism in The Age of The Internet*. Lanham. MD: Rowman & Littlefield.
- Johnson, Genevive. 2011. "The Limits of Deliberative Democracy and Empowerment: Elite Motivation in Three Canadian Cases. *Journal: Policy and Politics*.
- Miles, Matthew. and Huberman, Michael. 2014. *Qualitative Data Analysis*. Jakarta: UI Press.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa, Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Niekerk, Brett Van & Manoj Maharaj. 2013. *Social Media and Information Conflict*, dalam *International Journal Of Communication*. Volume 7 (2013), 1162–1184.
- O'Brien, Jodi. 2000. *Writing in the Body Gender (re)production in Online Interaction*, dalam *Smith, Marc A. dan Kollock, Peter. 2005. Communities in Cyberspace*. London: Routledge.
- Rheingold, Howard. 1993. *The Virtual Community: Homesteading on The Electronic Frontier*. Reading MA: Addison Wesley.
- Smolkin, Rachel. 2004. *The Expanding Blogosphere*. American Journalism Review.
- Street, John and Wright, Scoot. 2007. *Democracy, Deliberation and Design: The Case of Online Discussion Forum, New Media Society Vol. 09*. London: Sage Publications.
- Salman, Ali dan Suhana Saad. 2015. *Online Political Participation: A Study of Youth Usage of New Media*. A Journal: National University of Malaysia. Mediterranean Journal of Social Sciences Vol 6 No 4 S3 tahun 2015
- Spredfast. 2018. *Penggunaan Hashtag #2019GantiPresiden menurut Situs Spredfast*. <https://www.spredfast.com/>. Diakses pada tanggal 29 April 2018.
- Cyrus Network. 2014. *Survey CSIS dan Lembaga Survei Cyrus Network*. CSIS.
- Thompson, Simon. & Hoggett, Paul. 2001. *The Emotional Dynamics of Deliberative Democracy*. Policy and Politics.
- Van Stokkom, Bas. 2003. *Deliberative Group Dynamics: Power, Status, and Affect in Interactive Policy Making*. Policy and Politics.
- Westling, Mike. 2007. *Expanding the Public Sphere : The Impact of Facebook*. Political Communication. Hlm. 5.
- Wallsten, Kevin. 2007. *Agenda Setting and The Blogosphere: An Analysis of The Relationship between Mainstream Media and Political Blog*. Review of Policy Research, 24: 567-587.
- Young, Iris Marios. 1996. *Communication and The Other: Beyond Deliberative Democracy*, dalam S. Benhabib (editor), *Democracy and Difference: contesting The Boundaries of The Political*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

LAMPIRAN



Lampiran 1. Instrumen unit analisis penelitian

Nama Akun	Bentuk Posting	Respon
@MardaniAliSera		<p>Posting dilakukan pada 7 Mei 2018 dengan mendapatkan respon sebanyak :</p> <p>Reply : 294 tanggapan</p> <p>Retweet : 1254 retweets</p> <p>Favorite : 2124 likes</p>
@NetizenTofa		<p>Posting dilakukan pada 7 April 2018 dengan mendapatkan respon sebanyak :</p> <p>Reply : 251 tanggapan</p> <p>Retweet : 1900 retweets</p> <p>Favorite : 3000 likes</p>
@RajaPurwa		<p>Posting dilakukan pada 7 April 2018 dengan mendapatkan respon sebanyak :</p> <p>Reply : 108 tanggapan</p> <p>Retweet : 2057 retweets</p> <p>Favorite : 261 likes</p>
@maspiyuuu		<p>Posting dilakukan pada 8 April 2018 dengan mendapatkan respon sebanyak :</p> <p>Reply : 478 tanggapan</p> <p>Retweet : 1661 retweets</p> <p>Favorite : 1876 likes</p>

@PartaiSocmed		<p>Posting dilakukan pada 1 April 2018 dengan mendapatkan respon sebanyak :</p> <p>Reply : 30 tanggapan</p> <p>Retweet : 119 retweets</p> <p>Favorite : 120 likes</p>
@LuckySubiakto		<p>Posting dilakukan pada 28 April 2018 dengan mendapatkan respon sebanyak :</p> <p>Reply : 310 tanggapan</p> <p>Retweet : 2105 retweets</p> <p>Favorite : 3301 likes</p>
@rockygerung		<p>Posting dilakukan pada 28 April 2018 dengan mendapatkan respon sebanyak :</p> <p>Reply : 271 tanggapan</p> <p>Retweet : 1625 retweets</p> <p>Favorite : 3788 likes</p>
@TsamaraDKI		<p>Posting dilakukan pada 29 April 2018 dengan mendapatkan respon sebanyak :</p> <p>Reply : 1000 tanggapan</p> <p>Retweet : 2369 retweets</p> <p>Favorite : 2768 likes</p>

<p>@msi_sohibuliman</p>	 <p>Kalau dipikir dg jernih #2019GantiPresiden itu msh jauh untuk terealisasi. Pertama, hrs ada paslon alternatif diluar petahana. Ini blm ada. Kedua, paslon alternatif tsb hrs lbh tinggi elektabilitasnya drpd petahana. Ini jg blm ada. Jd sdh betul pak @jokowi menyikapi dg santai 😊</p> <p>412 Retweets 981 Likes</p>	<p>Posting dilakukan pada 7 April 2018 dengan mendapatkan respon sebanyak : <i>Reply</i> : 430 tanggapan <i>Retweet</i> : 412 <i>retweets</i> <i>Favorite</i> : 981 <i>likes</i></p>
<p>@sudjiwotedjo</p>	 <p>#2019GantiPresiden kok dilawan dgn #2019TetapJokowi ? Secara #Math ini nggak ketemu. Mestinya #2019GantiPresiden lawannya #2019TetapPresiden .. Kecuali kalau #2019GantiJokowi .. Baru vs-nya #2019TetapJokowi ... Kurikulum pendidikan #Math bangsamu perlu agak dianu</p> <p>3,314 Retweets 3,675 Likes</p>	<p>Posting dilakukan pada 23 April 2018 dengan mendapatkan respon sebanyak : <i>Reply</i> : 517 tanggapan <i>Retweet</i> : 3314 <i>retweets</i> <i>Favorite</i> : 3675 <i>likes</i></p>